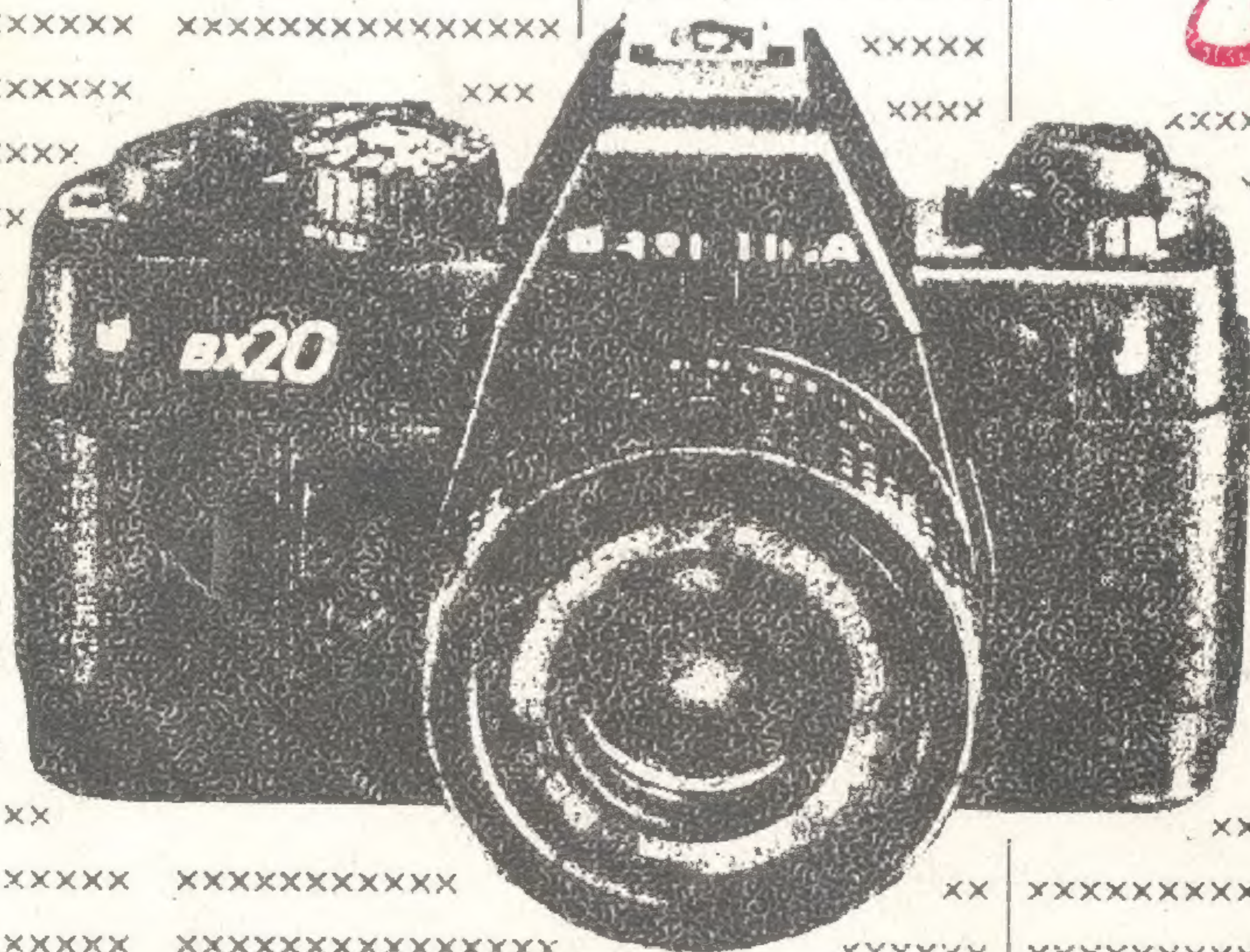



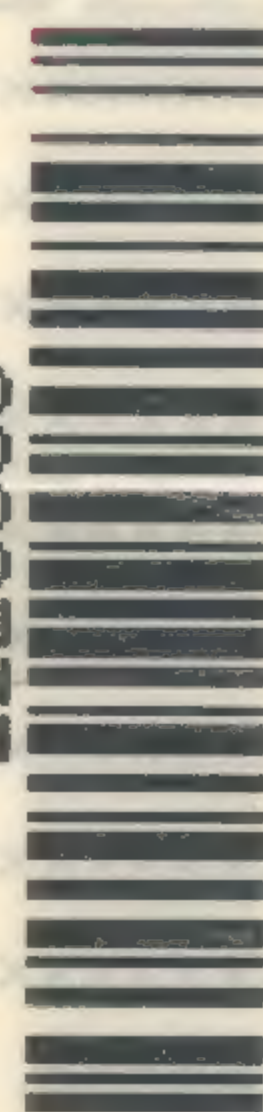
XXXX XX xxxxxxxxxxxx XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx XXXXXXX

المسودة المصنف

دوره اول - فصل دوم - آشنایی با مبانی حقوق کیفری - ۱۳۸۳

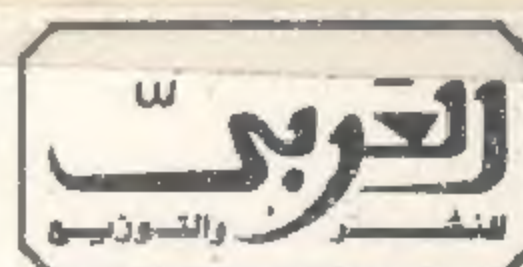


د. محمود
علم
الدين



Bibliotheca Alexandrina

00000



المسورة الصحفية دراسة فنية

د. محمود
علم
الدين



٦٠ شارع المنصور العيني
أمام روضة الورد - القاهرة
ت : ٢٥٤٧٥٦٦ - ٢٥٤٨٥٢٩

مشكلة الدراسة ومنهجها
مدخل تمهيدي

هل يستطيع احد ان يتخيل او ان يقبل جريدة تصدر هذه الايام ؟ وقد
خلت من الصور والرسوم وغيرها من المواد المصورة (الخرائط - الكارتون -
الكاريكاتور - الاشكال البيانية - الرسوم التوضيحية - الصور الفوتوغرافية)
وتحتوى فقط على مجموعة من السطور السوداء والعناوين والفراغات البيضاء
فقط ؟

بالطبع لا احد يستطيع ان يتخيل ، وان استطاع فلن يقبل ذلك ! ومع
ان هناك جرائد ومجلات تصدر اليوم بدون اى صورة على الاطلاق ، مثل جريدة
لوموند Le Monde الفرنسية (مع بعض الاستثناءات فى صور الاعلانات وبعض
الخرائط والرسوم) الا ان هناك نوعا من الاجماع بين القراء والمحررين والناشرين
ان اى صحيفة مطبوعة بدون صور تكون اقل قدرة على امتاع الناظر اليها وتفقد
احد مؤهلاتها او كفاءاتها فى الاتصال بالقارئ والتأثير فيه . (55 ، 67)

والسبب نجده فى طبيعة الفن الصحفى الحديث التى تعتبر خير تعبير عن روح
حضارة القرن العشرين .

قالفن الصحفى الحديث قد اصبح فنا بصريا يعتمد على الصور والرسوم ،
واصبحت الصور الفوتوغرافية ، وهى هنا التى تهمنى من كل المواد المصورة
(Illustrations) فى الجريدة او المجلة - تلعب دورا هاما فى تحقيق اهداف
الصحافة فى ذلك العصر الذى سمي بعصر حضارة الصورة ، وتسوده لغة بصرية
جديدة نشأت نتيجة للتقدم التكنولوجى فى وسائل الاتصال (١١ ، ٤٠) .

وقد انتقلت حضارة الانسان وتتابعت فى عدة مراحل قسمها علم الاتصال الى :
- الحضارة السمعية :

عندما كانت الاتصالات بين انسان وآخر أو آخرين تعتمد على تبادل الاصوات فقط . عندما كان الانسان يعيش خبرته الكلمة الكاملة الشاملة قبل ظهور الكلمة الحديثة بحروفها المكتوبة .

- الحضارة الكتابية :

وتوصل فيها الانسان الى اختراع الكتابة واستخدامها كوسيلة اتصال مع الآخرين .

- الحضارة الطباعية :

بعد اختراع الطباعة اضيف الى اللغة المكتوبة بعد آخر يؤكد النظرة الجزئية . والادراك التجزئى للأشياء ، ومن خلال هذا المنظور الحضارى الاتصالي بدأت الافكار تأخذ شكل التسلسل أو التتابع ، ومن ثم ظهرت مفاهيم جديدة ، مثل العجلة ، الآلة ، خط الانتاج المتتابع ، وكلها افكار تتواءم مع ابتكار الطباعة كوسيلة اتصالية تعتمد على الحروف المخصوصة جنباً الى جنب ، ضمن كلمات داخل عبارات فى اسطر متتالية تنطوى على معان متنوعة .

ومنذ أن اخترعت الطباعة وهى فى حالة تطور مستمر حتى أصبح من السهل طبع ملايين النسخ من كتاب أو جريدة فى ساعات قليلة . وعملت وسائل المواصلات الحديثة على سرعة نقل انتاج المطابع الى أيدي الناس فى بقاع العالم المتفرقة . ومن ثم أصبحت المطبوعات عاملاً مؤثراً فعلاً فى حياة وسلوك الناس ، حتى صارت أحد الأبعاد التى تقاس بها حضارة الأمم .

ولم يقتصر التقدم فى الطباعة على سرعة الطبع فحسب ، بل شمل أيضاً اخراج المطبوعات اخراجاً يساعد الناس على تفهم محتوياتها ، ففى عام ١٦٥٨ ميلادية اخرج كتاب مصور للأطفال عرف باسم « العالم فى صور » وكان الهدف منه تعليم اللغة اللاتينية كلفة اجنبية واشتمل على ١٥٠ صورة تخدم كل صورة منها موضوع درس ، وعين المؤلف أجزاء الصورة ومعالمها بأرقام ثم قسمت الصفحة تحت الصورة الى قسمين : اليمين منها لكلمات اللغة القومية ، واليسار منها للغة اللاتينية ، ثم وضع امام كل كلمة رقم الجزء الدال عليها فى الصورة .

واليوم تحتل الصورة فى المطبوعات مكاناً أساسياً فى عملية توضيح أفكار المؤلف ومعلوماته ، وتوصيلها الى القارئ بعد أن كان استخدامها وقتاً ما للزخرفة أو للتجميل فحسب (٣٨ ، ١١ ، ٥٤) .

ويعزى الى الطباعة كوسيلة اتصالية ازدهار الروح الفردية بشكل مفاجئ فى القرن السادس عشر فى أوروبا ولهذا يقال دائماً أن الحضارة تشتق طابعها غالباً من وسائل الاتصال الجمعى فبينما ساعدت الطباعة على ظهور المذهب الفردى كنوع من التجزئة الاجتماعية ، كانت الحضارة الاتصالية التى تعتمد على الكهرباء مثل الاذاعة بمثابة عامل التثام وتجميع (٢٧ ، ٧١) .

حضارة التلفاز والتليفون والاذاعة وعصر الصورة :

وهى الحضارة التى توصف بأنها « عود على بدء » حيث تختوى على العناصر الحديثة بجوار القديمة ، ذلك أن الكتابة تحتوى على الكلام (الاصوات) ، والطباعة

تحتوى على الكتابة . والتلفراف يشمل الطباعة ، والاذاعة تحتوى على التليفون ، والسينما تشمل الصوت والصورة ، وكذلك نجد أن التليفزيون يحتوى السينما (الصوت والصورة معا) وما الى ذلك .

وفي ظل تلك الحضارة الاتصالية لم يعد العالم مناطق شاسعة مترامية الاطراف وانما أصبح قرية صغيرة (وصفها البعض بأنها قرية الكترونية عالمية Global electronic village يمكن الوقوف على ما يجرى بها ساعة حدوثه بالصوت والصورة والكلمة الشارحة المحللة لا سيما بعد اختراع الاقمار الصناعية فنحن نعيش اليوم عالما أقرب الى التكتل والتكامل مثله في ذلك مثل الدائرة الكهربائية سواء بسواء ولذلك نشهد الآن ازهار المذاهب الجمعية مثل المذهب الاشتراكي الذي يدعو الى تنمية الأحاسيس الجماعية والشعور بالعالمية وبفضل التليفزيون عادت الصورة الفطرية الاولى للاتصال الى تكاملها الاول فاصبحنا الآن ندرك ما يدور حولنا بالصوت والشكل والتحليل ، ونحس به أذانا واعميتنا وعقولنا (٢٧) .

وقد تزايد اهتمام الناس واحساسهم بقيمة الصور خلال الفترة الأخيرة تزايدا ملحوظا نتيجة انتشار استخدام الصور ، خاصة الصور المتحركة ، وانتشار المجلات والكتب المصورة وازدهار فن الطاعة الى درجة اتاحت لعدد كبير من الصحف (المجلات والجرائد) استخدام الصور على نطاق واسع وبمستوى فنى كبير ، فضلا عن ظهور التليفزيون وتقدم الفن السينمائي والتنافس بين الصحف على الحصول على الأخبار المصورة من شتى أنحاء العالم حتى أصبح الشخص العادى يرى ويتابع كل يوم جوانب عديدة من حياة الشعوب الأخرى وأخبارها من طريق الصور المطبوعة أو المعروضة .

لذلك نجد أن القارئ الحديث - فى القرن العشرين - لا يستطيع أن يقنع بمجرد وصف لفظى لحدث أو اجتماع أو موقف وإنما يود أن يرى هذه الأشياء بعينه (٢٧ ، ٢٩) .

تطور الصورة من الكهف الى الصحافة :

كانت الصور هى أول شيء لجأ اليه الإنسان البدائي للتعبير عن نفسه وعن أفكاره . بدليل أن أول الحروف الهجائية فى اللغة الانسانية الاولى اتخذت شكل صور الأشياء والطيور والحيوانات المحيطة بالإنسان الأول مثلما حدث فى اللغة الهيروغليفية وغيرها من لغات الشرق القديم (٣٨ ، ٥١) .

ثم استمر استخدام الإنسان للصورة فى التعبير حتى ظهر فنانون عمالقة تميزوا بقدرات ومهارات فائقة على التعبير بالصورة رسما باليد .

وحتى أوائل القرن الثامن عشر كانت الصور - ماتزال - ترسم يدويا بالقلم أو بالفرشاة على الورق ، أو على الحوائط أو ألواح الخشب ، أو القماش ، أو غيرها من المسطحات ، كانت تؤدي ثلاث وظائف أساسية :

الأولى : تسجيل مظاهر الحياة وظواهرها .

والثانية : التعبير عن الأحاسيس والمعتقدات التى لم يختبرها الإنسان فى

واقعه المادى لكنه تصورهما ، او فرا عنها فى تنابات الأولين ، او سمع عنها وآمن بها من خلال توارث الثقافة البشرية .

والثالثة : توضيح معانى الكلمات ، خاصة تلك الجديدة على السامع أو القارئ (٣٨) . وقديما - قبل اختراع الصورة الفوتوغرافية - كان الفنانون هم الذين يقومون بعمل التصوير اليدوى وذلك بالانتقال الى مكان الحادث أو الخبر ورسم صورة تخطيطية له ، تنقل فيما بعد الى الخشب الذى يعد للحفر ثم الطبع (١٥) ، وعرفت الصحف تلك الطريقة فى القرن الماضى ، حيث كانت الصور على شكل خطوط تحفر فى كتل خشبية ثم تغمس فى الحبر وتضغط على الصفحات الى جانب المتن وهذا كل ما كان يحدث فى طباعة الكتب منذ اختراع آلة الطباعة فى القرن الخامس عشر .

ومن الواضح ان هذه الطريقة كانت بطيئة وعقيمة ، ثم جاءت الثورة الصناعية واخترعت آلة التصوير ثم اتت الصورة الفوتوغرافية فأصبح من السهل على من لا يجيد الرسم ان يسجل على لوح فوتوغرافى صورة للأشياء تشبه الواقع الى حد كبير كما أمكن أيضا نسخ الصورة فى وقت قصير وبتكاليف قليلة اذا ما قورن الأمر بما كان قبل اختراع آلة التصوير ، لذلك كان اكتشاف آلة التصوير حدثا خطيرا أحدث انقلابا عاما فى تاريخ الصحافة (٢٥ ، ٤٠ ، ١٥) .

وتطور فن التصوير الفوتوغرافى واصبحت له قواعد وأساليب فى التعبير ، واكتشفت امكانيات آلة التصوير فى تسجيل أو تكبير المناظر الطبيعية بطريقة قد تعجز حواس الإنسان عن ادراكها . فأمكن على سبيل المثال تسجيل الحوادث السريعة ، كتصوير لحظة تنكسر فيها كأس زجاجى بفعل طلقة نارية ، أو تصوير خلية نباتية بتركيب آلة تصوير فوق الميكروسكوب لذلك احتلت الصورة الفوتوغرافية مكانها بين الفنون وأدوات التعبير واصبحت تؤدي دورا فى الاتصال لا يقل أهمية عن دور الكلام ، بل ربما كان أكثر تعبيرا من الالفاظ أحيانا (٣٨) .

القارئ يفضل المادة المصورة :

وفى الوقت الذى تقدمت فيه وسائل الطبع والجمع ، حدث تطور جديد فى الصحافة فقد لاحظ المشتغلون فيها أن عددا كبيرا من القراء يفضل الصورة والرسم على الخبر والمقال المكتوب ، خاصة بعد اختراع السينما واقبال الجماهير عليها اقبالا منقطع النظير ، وإن القارئ العادى لا يريد أن يفكر وعندما يطالع الصحيفة لا يتوخى من قراءتها الا الوقوف على الأخبار العابرة دون التعمق . فلابد إذن من الصورة والرسم لأنهما يريحان نظره وتفكيره فيقبل على قراءة الصحيفة ، وهذا ما يرغبه أصحاب الصحف .

وقد أدرك الأمريكيون هذه الحقيقة الرعناء قبل الورد نور تكليف نفسه - الانجليزى - الذى أصدره «الدائلى ميرور» (Daily Mirror) - وهى أول صحيفة يومية مصورة فى أوروبا . وقام الفنانون بدور هام لتسهيل عملية نشر الصور فى الدوريات وكانت أوروبا بين سنتى ١٨٦٠ و ١٨٥٠ قد ابتكرت الدوريات المصورة غير أن الولايات المتحدة كانت أول من أدخل الصورة والرسم فى الصحيفة اليومية السياسية . واكتشفت أفضل الوسائل لطبع الصور الكاريكاتيرية والأشكال الملونة .

وفي سنة ١٨٢٥ عرفت الصحافة طبع (الصور المرسومة) عن طريق الورق الحساس وحفرها على الزنك سنة ١٨٢٨ عندما توصل الفرنسي لويس داجير الى هذا الاختراع اما التصوير الفوتوغرافي فظلت الصحف محرومة من الاستفادة منه فترة طويلة وفي سنة ١٨٤٠ استطاع استاذ بجامعة نيويورك يدعى جون دراير ان يلتقط بالكاميرا وجها بشريا وبذلك بدأت الصحف تعرف طريقها الى نقل الصور عن طريق الظل والضوء المناسب من شبكة او خطوط دقيقة حوالي ٤٢٠ مربع صغير في البوصة الواحدة وقد تقل الخطوط وتكثر تبعا لنوع الورق فاذا كان خشنا قل عدد المربعات واذا كان الورق ناعما زاد عدد المربعات التي تسمح للضوء بالمرور منها وبحيث لا تظهر على الورق خطوط الشبكة .

وتمكنت اوربا اخيرا من اكتشاف اكثر من طريقة جديدة لنقل الصور فاكشفت الحفر على الحجر ثم الزنك وطريقتين جديدتين للطباعة هما الفوتوغرافور . والاوفست كما ساهمت امريكا في تحسين وسائل طبع الصور واجريت بعد ذلك تجارب لنقل الصور والرسوم بواسطة الكهرباء كما تنتقل الكلمات عبر موجاتها من مسافات بعيدة ونقلت اول صورة بالتليفون سنة ١٩٣٠ ، ثم نجح نقلها بالراديو ، وعملية نقل الصورة بالراديو او التليفون تتم كما تنتقل الكلمات : وتتلخص تلك العملية في ان الصورة الفوتوغرافية توضع امام عدسة كهربائية حساسة تلتقط ما بها من ضوء وظل بدرجات متفاوتة تبعا لما يعكس على سطحها الى عين العدسة الكهربائية .

بعد ذلك تحولت درجات الضوء والظل هذه الى موجات كهربائية تختلف في قوتها من حيث نقل ما تلتقطه او ما تعبر عنه من موجات الضوء والظل ثم تسرى هذه الموجات عبر اسلاك الكهرباء في الجهاز الذي ينقل الصورة في وضع ايجابي على اسطوانة في جهاز الارسال حيث تستقبل في أجهزة الاستقبال في الصحف المشتركة في الوكالات العالمية للصورة صورة سلبية ونقطا وموجات الضوء والظل تنتقل ايضا عبر الراديو على شكل نقط وخطوط متفاوتة في عدد النقط المتجاورة او نقط وخطوط يختلف عددها وتجاورها باختلاف درجات الظل والضوء في الصورة والرسم لان نقل الصورة بالراديو ليس وفقا على صور الاشخاص فقط بل ان الصورة الشخصية التي ترى الصحف نشرها بخط اصحابها باليد كما تنشره عنها كذلك البصمات . وكل ما ترى الوكالة نقله وكل ما تريده الصحف تلبية لرغبة القراء في معرفة حقائق الامور .

ثم وصل نقل الصور والرسوم والاحداث وابطالها اثناء وقوعها الى قمته عندما استخدم القمر الصناعي في نقل الصور والكلمات الى أجهزة التليفزيون لأول مرة في ١٩ يوليو ١٩٦٢ (١١ ، ١٥ ، ٢٦ ، ٤٠ ، ٦٢) .

التصوير الصحفي ... فن وظيفي :

والتصوير الصحفي كفن ، شهد تطورات كبيرة نقلته من المرحلة الجمالية - كفن جميل - لا يهتم فيه الفنان إلا بالشكل والتكوين الفني ، الى المرحلة الاعلامية - كفن تطبيقي وظيفي - يهتم بالقيم الاخبارية والصحفية في الفترة من سنة ١٩٢٥ الى ١٩٣٠ ، وفي عام ١٩٤٠ ظهر لأول مرة فريق من المصورين الذين وجهوا عنايتهم

الى الموضوعات التسجيلية . اكثر من الموضوعات الجمالية وكانت هذه المدرسة التسجيلية نواة فن التصوير الحقيقى .

وبذلك بدأت مرحلة جديدة تحول فيها الاهتمام من النواحي الجمالية الخالصة الى النواحي الاعلامية واصبحت مشكلات التكوين والاضضاء والنسب وغيرها من المعايير الجمالية تآلى فى المرتبة الثانية بعد القيمة الاخبارية للصورة .

وهكذا نستطيع القول ان هذا العصر قد شهد مولد الاحساس الاعلامى والقيم الصحفية للتصوير ، يضاف الى ذلك اهتمام المصور بالسبق الصحفى ، مما كان يتطلب يقظة تامة وانتباها مركزا (١١) .

تطورات هامة فى فن التصوير :

وخلال نصف القرن الاخير تأثر فن التصوير الصحفى بتطورات هامة ظهرت فى نواح صحفية عديدة أهمها (١٧ . ٤٨) .

— التغير فى محتوى الجريدة : حتى مطلع الأربعينات من هذا القرن لم تكن الصحف تحمل اكثر من صورة او صورتين على صفحتها الاولى ، وما يتراوح بين ١٠ و ١٥ صورة فى بعض صفحاتها الداخلية .

وكانت الوجوه صورا جامدة اى من الصور ذات الموضوعات الساكنة او الاشخاص الذين يقفون امام العدسة جامدين لتصويرهم بارادتهم وعلمهم ، أما الآن فقد شمل التغير عدد الصور وحجمها وطبيعتها فعلى سبيل المثال : لم تعد صورة « انتبه من فضلك » هى الصورة المطلوبة للنشر فى الصحف بل أصبحت الصورة تلتقط وصاحبها يتفاعل مع الحدث : يتحرك .. يراقب .. يتعجب .. يتساءل ، الى آخر الحركات الحية التى تبعث فى الصورة نوعا من الحياة ونوعا من الحركة يتفق مع مضمون النبأ (١٨) .

— زيادة فى عدد الصور : يتضح لنا ذلك من خلال اى استعراض للصحف التى تحوى اليوم صورا فى كل صفحة تقريبا ، وتخصص صفحات كاملة على الاقل للصور ، وعملية تخصيص صفحة كاملة للصور أصبحت عادة تحرص عليها بعض الصحف اليومية الآن كما تفعل بعض الصحف النصفية ذلك لاعتمادها أساسا على الصور ، وقد تكون هذه الصفحة يومية تظهر كل يوم ، وقد يخصص لها يوما معينا — عادة نهاية الاسبوع — تحت عنوان من هلا القليل (اخبار الاسبوع فى صور) أو (صور الاسبوع) و (حديث الكاميرا) .

— زيادة فى حجم الصور :

ويظهر ذلك فى معظم الصحف حيث زادت واتسعت المساحة التى تنشر فيها الصور خاصة فى الصفحات الداخلية حيث تنشر الصور عادة بعرض عمودين أو ثلاثة الا ان حجم الصور يتفاوت بين قسم وآخر ، فمن شأن الصفحات المخصصة للرياضة والمجتمع والمسرح والراديو والتليفزيون ان تستخدم صورا مساحتها اكبر مما تستخدمه الصفحات المخصصة للاقتصاد والتعليقات السياسية ، وبالتالى فان الصور تكبر أو تصغر وفق مقتضيات الاختراع أو الشكل الفنى للصفحة التى تنشر فيها .

— تغير في طبيعة الصور : ولان اكثر التغيرات اهمية ، ذلك ان نوعا من الصور لم يكن ممكنا من قبل قد أصبح حقيقة واقعة خلال العقد الرابع من هذا القرن بتحسين آلات التصوير ذات السرعة العالية في الالتقاط : فقبل ذلك لم تكن اللقطة الفوتوغرافية لموضوع حي — التي نرى الآن يوميا في الصحف — شيئا ممكنا .

وكانت صور الموضوعات الحية التي تستخدمها الصحف تبدو غير طبيعية ولكن ابتكار حاجب الضوء الاسرع حركة ، والفيلم الانعم جزئيات (حبيبات) ونوعية العدسات الافضل قد ادت الى صور اوضح واقرب الى الطبيعة .

كما استخدمت الصحف لقطات فوتوغرافية كانت محظورة من قبل — فبينما كانت الصور السائدة من نوع اللقطات التقليدية الجامعة او النوع الحى الوصفى، بدأ يظهر نوع من اللقطات الواقعية الصادقة ، واتسع أفق الصورة ، وبدأ نوع من الصور ينتشر بتوسع وتمثل في صور الحوادث والصدمات والمصادمات والاعنود والمشاجرات وغير ذلك، من المشاهد الماثلة التي كانت لا ترقى قبل ذلك .

تيار صحفى جديد : نتيجة لكل هذه التغيرات والتطورات التي حدثت بالنسبة للصورة في الصحافة نشأ تيار جديد في الصحافة سمي باسماء عديدة منها « الصحافة البصرية Photo Journalism او الصحافة المصورة Pictorial Journalism او الصحافة الفوتوغرافية Photographic Journalism وتمثل هذا التيار في نشأة كثير من المجلات التي تعتمد على الصورة بشكل كبير مثل مجلات لوك Look ولايف Life وبارى ماتش Paris Match كما ظهر ايضا في العناية بالصور كما وكيفا في الصحف اليومية والاسبوعية (52, 67)

كيف حدث هذا التطور؟ : كانت هناك عوامل كثيرة وراء هذا التطور تفاعلت جميعها من أجل الوصول بالصورة الصحفية الى اهميتها الحاضرة واهمها (11, 48)

— اكتشاف وسائل تحويل الصورة الى أنماط ظليلة (كليشيهات) — سمحت بطباعة الصورة في ماكينات طباعة عالية السرعة مما جعل الصورة أكثر انتشارا مما كانت عليه في بداية القرن العشرين .

— تطور انواع احبار الطباعة والورق الذي بطباعة جيدة في مطابع اكثر سرعة وحساسية .

— التطور الملحوظ للتصوير كهواية والذي توافق مع الشعبية والاهتمام المتزايد به .

محاولات علمية طموحة :

وقد سبق ذلك ومازال مستمرا حتى الآن تجارب علمية لعلماء ومصوريين وباحثين ارضت طموحهم واهتمامهم وتجاربهم ، وبلغ طموح الباحثين حد أنهم ارادوا الحصول على صور مجسمة ذات ابعاد ثلاثة ملونة ، وقد تحقق لهم ذلك عام ١٩٤٠ عندما اكتشف دوجلاس وتيك طريقة لمعالجة الفيلم بالعدسات المقعرة بحيث يساعد على تصوير الموضوعات للحصول على نتائج مجسمة بأبعادها الثلاثة في الصور الملونة وغير الملونة (١١) .

(طريقة التصوير الجسم Stereoscopic Photography فيها ينظر
الرائى من خلال جهاز يعرف بالاستريسكوب تعرض فيه صورتان لنفس المشهد
بينهما بعد مساو تماما للبعد بين الصورتين اللتين تتكونان على شبكتى العينين اذا
ما تواجد الانسان بنفسه امام المشهد : فيبدو المشهد له مجسما ، وتستخدم لذلك
آلة تصوير خاصة بها عدستان بينهما مسافة تعادل المسافة بين العين اليمنى
والعين اليسرى فى الانسان - حوالى ٦٦ سم - وذلك لتسجيل صورتين
للمشهد) (٢٨) .

كما تم التوصل عام ١٩٤٠ الى امكانية التقاط الصور وتحميضها وطبعها فى
وقت واحد عندما ابتكر اروين لديت آلة التصوير التى تستطيع التقاط الصور
وتحميضها على ورق حساس خاص وتعددها للطبع مباشرة ، فعندما يضغط المصور
على زناد معين يجعل سائل التحميض يغمر السلبية ثم ترسب الفضة المعدنية بعد
ذلك على ورق خاص حيث تخرج الصورة مبتلة نوعا ما بحيث تجف بعد برهة
وجيزة .

لذلك لم يكن غريبا ان تنشأ مجلات جديدة مثل لايف Life رلوك Look
ونيوزيك Newsweek تعتمد على الفن الصحفي المصور ، وان تظهر وكالات
متخصصة فى الصور مثل الاسوشيتدپرس Associated Press والانترناشيونال
پرس International Press والاكم نيوزبكتشرز Acme News Pictures

هذا فضلا عن اوكلات الاقليمية والمحلية التى تتبادل الصور مع الوكالات
العالمية وفيما بينها ايضا مثل : وكالة الانباء الالمانية ووكالة الانباء اليوغوسلافية
وغيرها والى جانب ذلك تطورت المعدات الخاصة بعمليات التصوير كالات التصوير
وعدساتها وافلامها ومرشحاتها واساليب التحميض والطبع والالوان .

وهكذا أصبح القرن العشرون ، عصر السينما والتليفزيون ونقل الصور عن
طريق القمر الصناعى بالتليفزيون - هو عصر او قرن الصورة ، ونتيجة لذلك أصبح
الراى العام يطالب بالصورة كأساس للاعلام الحديث .

ولذلك لم يعد القارئ الحديث او المشاهد فى القرن العشرين يقنع فقط بما
تقوله الكلمات عن حدث ما ، بل يريد ان يعرف « الصورة » التى حدث بها ، وهو
الآن يتوقع تقارير مصورة فى معظم وسائل الاعلام وفى كل اشكال الموضوعات ولعل
ذلك خير مفسر لما نراه من « صور » كثيرة فى الصحف والمجلات والاعلانات
والمصقات ونشرات العلاقات العامة - على سبيل المثال لا الحصر - من صور
فوتوغرافية Photographs وما نشاهده خلال المعارض والمؤتمرات والمحاضرات
من شرائح ثابتة Slides وما نتمتع به من صور متحركة Motion Pictures فى السينما
وعلى شاشة التليفزيون .

عوامل دراسة الموضوع :

وناسيسا على ما سبق يمكن تحديد العوامل التي دفعت الباحث لدراسة موضوع الصورة الصحفية في الأمور التالية :

أولا : أهمية الصورة الفوتوغرافية — بشكل عام — كوسيلة للاتصال تلك القدرة على جذب الانتباه وإثارة الاهتمام واستثارة الرغبة عند المشاهد ، بحكم قدرتها على تجسيد واختزال وتركيز الحركة وتجميدها بشكل معبر ، وأهمية تلك العملية في التعبير والتسجيل والتوثيق والأعلام .

ثانيا : التطورات الراهنة في تكنولوجيا التصوير الفوتوغرافي المتمثلة في تطوير آلات التصوير الفوتوغرافي من حيث الحجم ومهولة الاستعمال بدءا من تركيب مواتر أو أجهزة للتصوير المستمر ، والتصوير الذاتي ، وإدخال عنصر الآلية في ضبط الكاميرات من حيث فتحة العدسة وسرعة الغالق ، وتطوير خصاصات التصوير والأفلام ، وعمليات المعالجة (التحميص ، التخفيف ، الطباعة ، التثبيت ، التلميع ، والتكبير والتصغير) ، والاستعانة بالحاسبات الآلية (الاليكترونية) في توجيه عمل آلات المعالجة والطباعة وضبطها ، بحيث أصبحت كل خطوات إنتاج الصورة تعمل بشكل آلي مبرمج مخطط ، فيما أطلق عليه Photographs Production Computerization أو عملية (الاستعانة بالحاسبات الاليكترونية في إنتاج الصورة الفوتوغرافية) أو (تحسيب إنتاج الصورة الفوتوغرافية) ..

ثالثا : تطور أساليب نقل الصور الفوتوغرافية من مكان لآخر وقت التقاطها بالاستعانة بالتطورات الراهنة في أنظمة الاتصالات السلكية واللاسلكية ، والأقمار الصناعية ، من خلال أجهزة الفاكسيميل والراديو ..

رابعا : الأهمية التقليدية للصورة الفوتوغرافية في الصحافة : كشكل تحريري صحفي قادر على اختزال كثير من المعاني والمتضمنات الفكرية والانسانية والجمالية ، وعلى التبسيط والشرح والوصف ، وكشكل أو كعنصر إخراجي أو تيبوغرافي يساهم في بناء شكل الصحيفة وإبراز المضمون وإضفاء عنصر جمالي عليها ، فهي عنصر ثقيل كثيف بالمقارنة بباقي العناصر التيبوغرافية الأخرى .

خامسا : ازدياد أهمية الصورة الفوتوغرافية في الصحافة ، منذ بداية الستينات ، مع ظهور التلفزيون ثم استعماله للون ، في معظم دول العالم ، وازدهار فن السينما ، وما خلقه ذلك من وعي بصري دعمته التطورات الراهنة في عمليات الطباعة واتجاهها نحو طباعة الأوفست (الليثوغرافية) ، وظهر ذلك الاهتمام في ظهور المجلات الصورة ، والتوسع في توظيف الصورة الفوتوغرافية في الصحافة بعبارة في صفحات الصور وملاحق ، ونشأ ما يسمى بالصحافة الصورة Photo Journalism ، وازداد الاهتمام بأقسام التصوير الفوتوغرافي في المؤسسات الصحفية وفي عمليات تأهيل القائمين بالاتصال في التصوير الصحفي .

سادسا : قلة الاهتمام بدراسة الصورة الفوتوغرافية في العملية الصحفية بشكل متكامل ، فمعظم الدراسات السابقة في التصوير الفوتوغرافي تركز على تكنولوجيا التصوير الفوتوغرافي وجمالياته (مثال لها كتب الأستاذ عبد الفتاح رياض) ، أما الدراسات الاعلامية والصحفية فقد تعرض الأستاذ محمد محمود شلبي والدكتور إبراهيم امام للصورة الفوتوغرافية في الصحافة في كتابهما (فن التصوير الضوئي وتطبيقاته في الصحافة) عام ١٩٦٠ ، ودرس الدكتور اشرف صالح والدكتور فؤاد سليم الصورة الفوتوغرافية كمعصر تيوغرافي كمعصر تيوغرافي في رسائل الماجستير والدكتوراه الخاصة بها .

كما ركز الأستاذ عبد الجبار محمود في كتابه « التصوير الصحفي » (بغداد ١٩٨٠) على تكنولوجيا الصورة الصحفية ، وكذلك الدكتور نبهان سويلم في كتابه (التصوير علم وفن) (القاهرة ١٩٨٠) .

من هنا تبدو الحاجة لتقديم رؤية شاملة للصورة الفوتوغرافية في الصحافة . او للصورة الصحفية تحدد مفهومها وأهميتها ومصادرها وأخلاقياتها وأساليب تحريرها وإخراجها .

أي أن مشكلة الدراسة هنا تتمثل في بمدين الأهمية لموضوعها وهو الصورة الصحفية ، ثم عدم وجود معلومات متكاملة عنها كشكل صحفي تحريري وإخراجي له مفهومه وسماته ووظائفه وأهميته ومصادره وخطواته وأخلاقياته .

وقد تم الاستدلال عليها من خلال مسح التراث العلمي السابق في الموضوع ونقده ، وكذلك من خلال ملاحظة أساليب الممارسة الصحفية في الجرائد والمجلات للتعرف على أساليب توظيف الصورة الفوتوغرافية ومعالجتها .

اهداف الدراسة :

تحددت اهداف الدراسة في الجوانب التالية :

- ١ - التعرف على أهمية الصورة الصحفية ووظائفها المختلفة . .
- ٢ - تحديد الأنواع المختلفة للصور الصحفية من حيث المضمون الذي تحمله والشكل الذي تأخذه .
- ٣ - تحديد المصادر التي تحصل من خلالها المؤسسة الصحفية على الصور الفوتوغرافية .
- ٤ - تتبع خطوات أو مراحل إنتاج الصورة الصحفية .
- ٥ - مناقشة دور القائم بالاتصال في عملية التصوير الصحفي من الناحية الفنية والأخلاقية .

٦ - تأصيل المفاهيم الأساسية للون : في التصوير الفوتوغرافي الضوئي ، وفي الطباعة ..

٧ - إبراز أهمية اللون بشكل عام ، وفي العملية الصحفية بخاصة ، فنياً وسيكولوجياً .

٨ - التعرف على أساليب تحرير الصورة الصحفية ، أو كتابة الكلام أو التعليق أو الشرح المصاحب للصورة ، وإبراز الأخطاء والسلبيات التي يمكن أن تحدث أثناء عملية التصوير ..

٩ - تحديد خطوات اخراج الصورة الصحفية .

١٠ - إبراز محددات اخراج الصورة الصحفية ولفظة الشكل في الصحيفة ، وتأثيراتها على إبراز المضمون .

وقد تم ترجمة الأهداف السابقة الى مجموعة من التساؤلات قامت الدراسة بالاجابة عنها :

نوع الدراسة ومنهجها :

تنتمي هذه الدراسة الى البحوث الأساسية التي تهدف الى المساهمة في تأصيل الجوانب النظرية والفنية لعلم من العلوم ، أو من الفنون من خلال استغلال الدراسات السابقة في عمل بناء نظري فني متكامل .. وهي تنتمي أيضاً الى الدراسات الوصفية ، موظفة منهج المسح الذي يعتمد على مسح أساليب الممارسة الصحفية في مجال الصورة الصحفية ..

تبويب الدراسة :

قام الباحث بتقسيم دراسته الى مقدمة وستة فصول ..

تناولت المقدمة مدخلا تمهيدياً يؤصل فيه الباحث لمفهوم الصورة الصحفية وتاريخها وتطورها ، ومشكلة الدراسة ومنهجها .

والفصل الأول : « الصورة الصحفية : الوظائف والأنواع » ،

الفصل الثاني : « مصادر الصورة الصحفية وإنتاجها » ،

الفصل الثالث : « الصور وأخلاقيات الصورة الصحفية » ،

الفصل الرابع : « اللون والصورة الصحفية » ،

الفصل الخامس : « تحرير الصورة الصحفية » ،

الفصل السادس : « اخراج الصورة الصحفية » .

ثم خاتمة تضمنت خلاصة الدراسة ونتائجها .

دكتور محمود علم الدين

الفصل الأول

الصورة الصحفية : الوظائف والأنواع

المبحث الأول

وظائف الصورة الصحفية

أصبحت الصور الفوتوغرافية الآن مواد أساسية من مواد الجريدة أو المجلة وما إليها من الوسائل الاتصالية المطبوعة ولم تعد عنصرا جماليا فقط ، بل أيضا عنصر اعلامي وظيفي ، وأصبحت الصورة تعبر عن الافكار والآراء كما تعبر عن الأخبار والأحداث .

وهناك عدة وظائف تؤديها الصورة في الصحافة .

أولا : الوظيفة الاخبارية :

أهم وظيفة تترتب على نشر صورة ما هي أن تنقل الاخبار ، وغالبا ما تكون الصورة أهم بل أنجح وسيلة اعلامية في الجريدة ، بأكملها ، فبوسعها ان تعطى المضمون أو الهدف الاخباري بسرعة أكثر وبوضوح أفضل من التعبير اللفظي وتستطيع الصورة ان تظهر في كثير من الأحوال لحظة خاصة من وقائع الأنباء بشكل يائى مرئى ومفصل ومستفيض .

ويرى بعض علماء الصحافة ان التصوير الصحفي الحديث بقدرته على الكشف عن التفاصيل الدقيقة في الحدث كثيرا ما يتفوق على مشاهدة الحدث الواقع فعلا والقارئ الحديث لا يستطيع ان يصنع بمجرد وصف لفظي لحدث أو لاجتماع أو لموقف ما من المواقف وإنما يود ان يرى هذه الأشياء بعينه . وما عيون القراء في العصر الحديث الا تلك القدرات المركبة فى آلات التصوير التى يوجهها المصورون الصحفيون كل يوم لالتقاط الاخبار ، وتسجيل الأنباء ، وعرضها على القراء فى أسرع وقت وبأدق تفصيل .

والواقع ان العدسة ادق من العين البشرية لأنها موضوعية ولا تلتقط الا ما تراه بالدقة والتفصيل ، أما الإنسان فتتأثر رؤيته للأشياء بعوامل ذاتية كثيرة متداخلة .

ثانياً - الوظيفة السيكلوجية :

والصورة - بشكل عام - تجيب على حاجة سيكلوجية لدى الإنسان ،
وتسد كذلك بعض التطلعات العقلية والنفسية ، فقد برهنت الدراسات التي قام
بها علماء النفس اننا نفكر بالصورة العقلية وعلى هذا الاساس يمكن تقسيم الناس
الى اربع فئات :

- الفئة البصرية

- الفئة السامعية

- الفئة الحركية

- الفئة المختلفة

ويمكن شحن ذاكرة القراء الذين ينتمون الى النوع البصري وتقويتها
بإضافة صورة الى النص الاعلاني أو الاعلامي ، فمعظمنا تسيطر عليه - ان لم تكن
تمتلكه - العقلية المصورة .

- فعندما نتحدث .. نحاول ان تستعمل كلمات تجعل السامع يرى See

- عندما تستمع .. نشكل الأفكار التي وصلتنا وتحولها الى صورة ذهنية
Images . شائعة لدينا .

- وعندما نقرا نحاول بشكل لا شعوري تصوير Visualize الكلمات
والعبارات بشكل مقبول عبر شاشات عقولنا .

ولقد عرف الانسان قيمة الصورة منذ فجر التاريخ عندما سجل انباء
انتصاراته ومغامراته على جدران الكهوف في حياته البدائية ، وكان ذلك بمثابة
تاريخ محفوظ مكتوب تتوارثه اجيال القبيلة ، والسبب ان الصورة والرسوم لها
لغة عالمية يفهمها جميع الناس بسهولة ، ولقد ذهب احد خبراء التصوير في
تقديره لأهمية الصورة الى حد القول بأن الصورة تقوم مقام ألف كلمة ، كما لخص
الحكيم الصيني كونفوشيوس أهمية الصورة عندما قال « ان ألف كلمة لا يمكن ان
تحدث ببلغة كما تحدث صورة واحدة » .

وكما قال الكاتب الروائي ايفان تورجينيف في روايته (آباء وأبناء) « ان
الصورة الواحدة قد تعرض ما استطاع كتاب ان يقوله في ١٠٠ صفحة » ذلك ان
حاسة البصر ذات أهمية كبرى بالنسبة لشعور الانسان ودرجة فهمه وقد
استخدمت الصور كمؤشر عام ورئيسي للتعبير الانساني ، حتى بدأ من الطبيعي
ان يتكون لدى الناس ما يمكن ان نطلق عليه العقلية البصرية الى درجة ان الكلمات
التي تستخدم للتعبير عن فكرة معينة لابد لضمان نجاحها ان تخلق لدى القارئ
او المستمع صورة عقلية لهذه الفكرة وان استخدام الصور مع الكلمات سوف يلعب
دورا كبيرا في توضيح هذه الفكرة .

لذلك نجد ان الصورة الصحفية الجيدة تجذب الانتباه وتثير الاهتمام وتقدم
وسائل مؤثرة في رواية (خبر) ما ، أو عرض (موضوع) في شكل لا تستطيعه
الكلمات وحدها .

وهناك عبارة شهيرة للصحفي و . واي مالك الذي كان رئيسا لتحرير جريدة
ذى موان عام ١٨٨٨ قال فيها « افترض انك تملك طاقتما عظيما من الكتاب مثل
تودس مان ، ارنست همنجواي ، كل ما سيصفونه لك في حديث ما ان يعطوك
صورة عنه ، ولكن هذه الصورة لن تكون امينة مثل الصورة التي التقطتها آلة
التصوير » .

وبذلك تشبع حاجة القارئ الى القراءة والاطلاع وتؤثر فيه باستغلال قوى
اللفظ والصورة كما تسبغ الصورة بعدا آخر على الشخصية التي تستحق ان ينشر
عنها شيئا او تصورها . فالشخص الذي لابد ان يقرأ المرء عنه يوميا يثير لدى
القارئ هذا السؤال : ما هو شكله ، وكيف يبدو ؟

ثالثا : عنصر تبوغرافى :

(التبوغرافيا Typography هي علم وفن الهياكل المطبوعة ومهمتها
تتعلق بالشكل المادى من حيث المساحة والترتيب والتنسيق) (١٦) :

وتمثل الصورة فى الصحافة الحديثة احد العناصر التبوغرافية الأساسية
فهى تشترك مع حروف المتن والعناوين والفواصل والمسافات البيضاء فى بناء
الجسم العادى للصحيفة ايا كان شكلها وطريقة اخراجها . وهى كالعناوين من حيث
تفاوت اهميتها بين صفحة واخرى .

رابعا : قيمة جمالية :

وفضلا عن الاهمية التبوغرافية للصورة ، فان لها كذلك قيمتها الجمالية من
حيث كونها عملا فنيا يستوقف النظر ويبعث الاهتمام فى نفس القارئ ، فهى
تستطيع ان تجعل الصفحة ذات مظهر ملهى بالحيوية والنشاط والتنوع ويسبغ
عليها جاذبية قد تجعلها قابلة للمطالعة من قبل قارئها يمكن ان تضاف وتفيد
الصورة الصحف من الناحية التجارية والتسويقية - فتعتمد الصحف المثيرة او
الطبية خاصة بعض الصحف - النصفية (التابلويد Tabloid) على الصورة الكبيرة
المتدا على اكثر من عمود والمثيرة فى صدر صفحتها الاولى كوسيلة لجلب القارئ
العادى الذى لا يهتم سوى الصورة المعبرة لا الكلمة (١١ ، ١٢ ، ٢٨ ، ٤٠ ، ٤١ ، ٤٢ ، ٤٣ ، ٤٤ ، ٤٥ ، ٤٦ ، ٤٧ ، ٤٨ ، ٤٩ ، ٥٠ ، ٥١ ، ٥٢ ، ٥٣ ، ٥٤ ، ٥٥ ، ٥٦ ، ٥٧ ، ٥٨ ، ٥٩ ، ٦٠ ، ٦١ ، ٦٢ ، ٦٣ ، ٦٤ ، ٦٥ ، ٦٦ ، ٦٧ ، ٦٨ ، ٦٩ ، ٧٠ ، ٧١ ، ٧٢ ، ٧٣ ، ٧٤ ، ٧٥ ، ٧٦ ، ٧٧ ، ٧٨ ، ٧٩ ، ٨٠ ، ٨١ ، ٨٢ ، ٨٣ ، ٨٤ ، ٨٥ ، ٨٦ ، ٨٧ ، ٨٨ ، ٨٩ ، ٩٠ ، ٩١ ، ٩٢ ، ٩٣ ، ٩٤ ، ٩٥ ، ٩٦ ، ٩٧ ، ٩٨ ، ٩٩ ، ١٠٠) (٦٢ ، ٦٥)

جدول حول اثر الصورة على الصحافة :

ثار جدل كبير حول دور الصورة فى الصحافة الحديثة ، فتحمس البعض
لدورها الى الدرجة التى توقع معها انها ستحل محل الكلمة فى السنوات المقبلة ،
ولكن ذلك تحمس مبالغ فيه ، فقد تزداد أهمية الصورة ويكثر عدد الصور ويزداد
حجمها فى كل طبعة جديدة من الصحيفة ولكنها لن تحل محل الكلمة ، فلكل
وظيفته : الصورة لا تتعدى وظيفتها الا ان تظهر الجانب البارز او الظاهر فقط وفى
خطبة لرعيم سياسى تستطيع الصورة ان تظهره لنا وهو متفعل ومتحمس وهو
يحذر او يهدد، لكنها لا تستطيع ان تبرز لنا مضمون الخطبة فذلك هو دور الكلمة .
وعلى النقيض من ذلك يحذر البعض من التأثير المدمر للصورة على العقل

الانسانى الحديث ، ويقالى فى تشاؤمه بالنسبة لدور الصورة مثل المفكر الفرنسى جورج ديهاميل ، الذى لاحظ انه ، منذ عشرات السنين ان الصحافة قد اتلفتها ظاهرة طفيلية تلوح لاول وهلة انها قليلة الاهمية ولكنها ، مع ذلك قد مست كل قيمة للصحف كوسيلة للتثقيف ويقصد بذلك :

ظاهرة الاسراف فى نشر الصور فى الصحف ..

فالصورة فى رايه شىء ظريف فهى تقدم لنا بسرعة خير ما تحمل ، كما انها تساعدنا - احيانا - على فهم اشياء لا تستطيع الالفاظ ان تعبر عنها بسهولة ولو انها دعمت بنصوص ممتازة جيدة التحرير لزادت فهمنا للعالم المؤلفات المصحوبة بصور ما يشهد بذلك شهادة بينة .

وسبب تحذير ديهاميل وتشاؤمه ودقة لأجراس الخطر هو ان : « الصور قد اخذت تحتل فى جرائدنا اليومية مكانا مروعا ، وقد قتلت النص ، لأنها توهم بان النص لا فائدة فيه . اذ يقول رجل القرن العشرين لنفسه ، ما الداعى لقراءة كل هذه المقال المكتوب بحروف صغيرة وانا أدرك الموضوع بمجرد نظرة . القراءة متعبة وانا منهك بعد ان قضيت نهاري كله فى العمل او فى الديوان ثم انه لا فائدة من القراءة ، لا فائدة أصلا ، كما يفعل الطفل اذ يبلل اصابعه ليمرر صورة الى صورة دون ان يقف ليقرا النص لانه لا يعرف القراءة - كذلك يفعل رجل القرن العشرين - اذ يمر ببصره المجهد العابر الكليل على الصفحات المنشورة أمامه وفى رايه بل فى قرارة نفسه ان أى مجهود مهما كان نافعها اكبر مما يستطيع » .

- ويدافع ديهاميل عن رايه حين يقول :

« وانا هنا لا اقدح فى التصوير الفوتوغرافى الذى استطاع فى السنوات الاخيرة ان يخطو الى الامام خطوات حقيقية ، وقد تخطى بكل وسائل الاغراء فهو ينقل ويغير ويشوه ويجميل الواقع احيانا كثيرة - فالفوتوغرافيا كسب علمى ثمين ولكنها حملت الرجل على الكسل لذلك رايت فيها شرا مستطيرا وطلبت كبح جماحها » .

ونهى جورج ديهاميل حديثه عن الصور الفوتوغرافية فى الصحافة قائلا :

« ورجال الصحافة قد وصلوا فى هذا الطريق الى مرحلة لا يستطيعون الآن الارتداد عنها ، وهم يعلمون ذلك ويحسونه اذ تراهم يلجأون الى ضروب من التحيل فى الطبع كى يستهوا ويستميلوا الجمهور ويحتفظوا بانتباهه الشارد الضال المضنى وذلك حتى لا تصبح جرائدهم مجرد مجموعات من الصور ، ولكننا نعلم ان الحروف الكبيرة والعناوين الضخمة ليست الدواء الناجع بل انها تساعد على استفحال تلك الظاهرة المدمرة عند الانسانية الحديثة . واعنى بها انحلال القدرة على الانتباه » (٢١) .

ولعل جورج ديهاميل يقترب من رأى للمفكر الراحل عباس محمود العقاد فى الصورة - لكنها ليست الصورة الفوتوغرافية بل الصورة المتحركة فى السينما حيث يرى العقاد ان دور السينما او الخيالة التى طغت على الشباب المصرى قد صدته عن القراءة فى الكتب والمجلات وغيرها وعودته الاعتماد على هذه الطريقة فى

كسب المعلومات وفهم اسرار الحياة وادى هذا من وجهة نظر الدكتور عبد اللطيف حمزة الى طغيان العقلية السينمائية على كثير من القراء وظهر هذا في ضعف التركيز وذلك لان تصور المتحركة تمر امام القارئ على الشاشة البيضاء بسرعة غريبة /فقد هم في الوقت نفسه القدرة على التأمل او التركيز في كل صورة منها على حده ويبدو ان الصحافة تأثرت هي الاخرى بذلك فابتعد الكثير من القراء عن الثقافة الجادة واتجهوا الى الاخبار المثيرة والسطحية .

المبحث الثاني

أنواع الصورة الصحفية

تصنيف الصور الصحفية :

هناك أكثر من تصنيف للصور التي تنشر في الصحافة (جرائد كانت أم مجلات) كل تصنيف منها ينظر إليها من زاوية معينة ، ويصنفها إلى أنواع عديدة . فمن زاوية الشكل الفني Form للصورة :

١ - يمكننا أن نحدد ثلاثة أنواع رئيسية هي :

١ - الصورة المفردة Single : وقد تكون صورة شخصية بورتريه Portrait أو صور المكان أو قافلة أو لحيوان أو .. أو .. المهم أنها صورة واحدة تنشر بمفردها وتؤدي وظيفتها وتستعمل هذه بكثرة في الجرائد خاصة مع الأحياء .

٢ - سلسلة صور A series : وهي سلسلة من الصور عن موضوع واحد من أكثر من وجهة نظر يتم التقاطها خلال فترة زمنية طويلة ، ويستعمل هذا النوع بكثرة في المجلات المصورة Picture Magazines مثل مجلات آخر ساعة والمصور في مصر ، وباري هاتش الفرنسية ، ولايف ولوك في أمريكا (وقد اضطرنا لأسباب اقتصادية إلى التوقف) .

مثال : مجموعة صور تنشر في شكل مسلسل للاعب الاهلي محمود الخطيب تبين تطوره الفني خلال موسم كامل وجولات وزير الداخلية المفاجئة في الاسواق أو تفقده لأقسام الشرطة ، ونجد ذلك عادة في الصحف والمجلات الأسبوعية .

٣ - المشهد المتعاقب A Sequence : وهو عبارة عن مشهد أو مجموعة من اللقطات لموضوع واحد من وجهة نظر واحدة وفي فترة زمنية قصيرة .

مثال : مشهد متعاقب يضم صورا لمجموعة أسلحة برية خلال عرض عسكري ، أو صور تبين أحد المسؤولين يلقي خطابا توضح انفعالاته المختلفة خلال

القائه لهذا الخطاب ، وتستعمل مجلة نيوزويك الامريكية هذه الطريقة خلال بابها الاسبوعي Interview فتشر اكثر من صورة متعاقبة لشخص واحد في اكثر من انفعال . (52 ، 67)

ومن زاوية المضمون . Content . ، او الدلالة Significance :
هناك اكثر من تصنيف يمكن ايجازه في (5 ، 10 ، 16 ، 58 ، 62 ، 65)

١ - الصور الاخبارية News Pictures :

وهي تلك الصورة او الصور المستقلة بنفسها كموضوع كامل ، وتروى بتفصيلاتها وبياناتها من مسطور قليلة خيرا او حادثا هاما ، وتكون هذه الصورة عادة ذات حجم كبير ، كما توضع عادة في صدر الصفحة ، الى انهاء باختصار تصنف اخبارا ما حدثت وتعطى تقريرها اخباريا كاملا بالكاميرا وقد تكون :

- صورة تبين الحدث وهو يقع (مباراة كرة قدم مثلا : صورة الهدف الوحيد اثناء تسجيله) .

- صورة تبين نتيجة وقوع الحدث : (جمهور الزمالك يخرج في مظاهرات عقب فوز فريقه ببطولة الدوري العام) .

- صورة ملتقطة لشخصية مع خبر سريع (بوقته) (صورة لاسماعيل فهمي وزير الخارجية السابق تشر مع خبر قبول الرئيس أنور السادات لاستقالته من عمله) .

ويحكم عملية اختيار هذه الصور معايير اختيار الخبر من حيث توافر القيم او العناصر الاخبارية News Values او عدم توفرها . ومن الصعب تأجيلها لان الصحف المنافسة قد تنشرها .

٢ - صور الموضوعات Feature Pictures :

وقبل التعرض لها ، نقول ان اي مادة صحفية تنشر في الصحيفة (جريدة او مجلة) لا تخرج عن ان تكون خبرا News او موضوعا غير خبري او خفيف Feature ، وصورة الموضوع هي التي تهدف الى نقل او توصيل صور او تفاصيل عن احداث او وقائع اقل سرعة واخف للنشاط الانساني (الدواما الانسانية) .

ولان الصورة الاخبارية تتسم بخاصية الجدة او الحالية او الوقتية ينبغي نشرها عقب التقاطها والا سينشرها المنافسون ، نجد على العكس من ذلك صور الموضوعات التي يمكن ان تؤجل يوما او اسبوعا او شهرا وتنشر في اي وقت مع موضوعها لانها لا ترتبط بتوقيت او حدث اخباري عاجل بل ترتبط فقط بموضوعها الصحفي .

مثال : صور مصاحبة لموضوع صحفي (تحقيق) عن صناعة الاحذية في مصر : سر ارتفاع الاسعار وقلة الجودة ... او اخبر عن هواية تربية الحيوانات الاليفة او ثالث عن اضرار التدخين على صدر الانسان .

٣ - صور الموضوعات الاخبارية ذات الجانب الانساني News Feature Pictures

وهي صور لموضوعات يغلب عليها الطابع او العنصر الانساني وفيها زاوية اخبارية بسيطة وهذه الزاوية رغم بساطتها هامة ولكنها لا تصلح للنشر بعد مرور زمن هذه الواقعة الاخبارية .

٤ - الصور التي تمثل شخصية هي محور الموضوع :

وتكون عادة على عمود واحد ، الا اذا تناولت اكثر من شخص فانها تكون على عمودين : وهذه الصورة ايضا تصاحب موضوعها حينما يكون ، وقد تصغر هذه الصورة وقد تكون على نصف عمود في حالة الموضوعات القصيرة . وعندئذ تدمج في سطور المتن ، ومن هذا القبيل كذلك صور مراسل الصحيفة الذي كتب الموضوع اثناء وجوده خارج البلاد في مهمة صحفية وصورة كاتب المقال او الموضوع (مثل صورة لاساذ انيس منصور التي تصاحب مقاله الافتتاحي في مجلة اكتوبر وصورة الاساذ مرسى الشافعي التي تصاحب بابيه الاسبوعي « باختصار » في مجلة روزاليوسف) وتشيع بوجه خاص - في الخارج في الصحف الاقليمية اما صحف المدن الكبرى فيغلب على صورها الطابع الاخباري ذو الصبغة العامة وصور الاشخاص الى جانب الفوتوغرافية منها ، اما منقولة بقلم الرسام عن اصل مثل الصور التي تصاحب موضوعات مجلة روزاليوسف ، وصباح الخير « او كاريكاتورية ، مثل الصور الشخصية التي تصاحب بعض المقالات في جريدة الاهرام بريشة صلاح جاهين) .

٥ - الصور الجمالية والتعبيرية :

وتنشرها بعض الصحف كعرض لنوع من الابداع الفني للمصورين وتعتمد فقط على براعة المصور الفنية او الجمالية وذلك في اختياره لتكوينات معنية وتوظيفه للغة الشكل في الصورة . ولا تتضمن اى قيمة خبرية او فكرة وهي لا تنشر عادة في الصفحات التي يغلب عليها المادة الخبرية الا عندما تعز الصور الاخبارية ، ويستخدمها المخرج الصحفي عندئذ لتجميل الصحيفة .

مثال لذلك : بعض صور الصفحة الاخيرة من الاهرام (صور اميل كرم وانطون البير على سبيل المثال) وبعض الصور التي تنشر في ظهر الغلاف الاول بمجلة صباح الخير ، وبعض صور مجلة آخر ساعة .

الفصل الثاني

مصادر الصورة الصحفية وانتاجها

المبحث الأول

مصادر الصورة الصحفية

مصادر الحصول على الصورة الصحفية :

تحصل الصحف (جرائد ومجلات) على الصورة الفوتوغرافية من عدة مصادر بعضها داخلية من داخل الصحيفة (عاملين بها واجهزة) والأخرى خارجية عن طريق اشتراكها في وكالات الأنباء أو وكالات الصور أو المراسلين الموجودين بالخارج أو الصحف والمجلات الأخرى ، أو أرشيفها الخاص .. ويمكن ايجازها في :

١ - مصوري الصحيفة نفسها أو أعضاء قسم التصوير بها :

وقسم التصوير هذا قد يكثر عدد العاملين فيه أو يقل حسب حجم الصحيفة وامكانياتها وعدد محرريها ففي الصحف الصغيرة المحلية قد لا يزيد عددهم عن ثلاثة ويستخدمون عددا قليلا من آلات التصوير ومعدات طبع وتحميض بسيطة ، أما في الصحف الكبرى فهناك عدد كبير من المصورين المحترفين وفنيي المعمل وآلات التصوير ومعدات طبع وتحميض بسيطة ، أما في الصحف الكبرى فهناك عدد كبير من المصورين المحترفين وفنيين للمعمل وآلات تصوير متطورة وعربات مزودة بأجهزة طبع وتحميض وإرسال للصور ، وتجهيزات كاملة ، ومعمل متطور ، وتشكل كلها ما يسمى بقسم التصوير في الصحيفة ، وبعض الصحف أو المجلات الصغيرة قد لا يكون بها قسم للتصوير وإنما تعتمد على مصورين من الخارج أو وكالات الأنباء والصور والرسوم ، أو مكاتب العلاقات العامة .

- قسم التصوير في الصحيفة :

وأيا كان حجم قسم التصوير في الصحيفة فإنه يضم عددا من المصورين والفنيين (الذين يقومون بالعمليات الفنية المختلفة من تحميض وطبع وأجراء البرتوش في الصورة و .. و) ويشرف على هذا أو يرأسه أو يديره كبير المصورين أو رئيس قسم التصوير . وفي بعض الصحف يكون بدرجة نائب رئيس تحرير ، وعادة ما يحضر اجتماعات مجلس تحرير الصحيفة الذي يضم رؤساء

الأقسام ومسئولي الصحيفة لتنسيق ووضع خطط الأعمال الصحيفة وسهات
المحررين اليومية والاسبوعية وحضور رئيس قسم التصوير لهذا الاجتماع هدفه
هو التنسيق بين عمل قسمة وباقي اقسام الجريدة أو المجلة المختلفة لان قسم
التصوير قسم مساعد لباقي اقسام الجريدة . ويعقد القسم مثل كل اقسام
الجريدة اجتماعا صباحيا يتم فيه عدة اشياء :

اولهما : **عملية تقويم Evaluation** : لنشاط افراد القسم في اليوم
السابق والذي يظهر نتيجته في الصور المنشورة في عدد الجريدة أو المجلة الصادر
صباح يوم الاجتماع (مثلا تقويم صور عدد اخبار اليوم يكون يوم السبت ومجلة
اكتوبر يوم الاحد على سبيل المثال .. » وتكون المقارنة مع باقى الصف الأخرى
لمعرفة الجهد الذى بذله طاقم قسم التصوير ، والصور المنشورة في الصحيفة
وما الذى امتازت به عن الصحف الأخرى أو تختلف فيه عن تلك الصحف .

ثانيا : **عملية تخطيط Planning** : للعمل خلال اليوم الجديد أو
بعبارة ادق تحديد المهمات المكلف بها كل فرد داخل قسم التصوير . وهذا التخطيط
لا ينبع من فراغ بل يتم من خلال التعاون مع رؤساء الاقسام المختلفة كقسم الاخبار
أو قسم التحقيقات أو المرأة أو الرياضة وحسب خطط كل قسم يضع قسم
التصوير خطته وينسقها ومع كل مندوب اخبارى أو محرر في قسم التحقيقات على
سبيل المثال يخرج مصور مسحقى ليقوم بتصوير الموضوع المكلف به هذا المحرر
وقد يخرج بعض المصورين بتكليف خاص من قسم التصوير لعمل بعض الموضوعات
المصورة المستقلة .

ويحتفظ رئيس قسم التصوير أو كبير المصورين - المسئول عن القسم -
عادة بمفكرة يومية (كتلك المفكرة اليومية Diary التى يحتفظ بها رؤساء
اقسام الاخبار .. مثلا) وفيها يسجل ما يتوقع من انباء أو احداث وغيرها ليرسل
المصورين الى اماكنها . ويكلف المصور بمهمة معينة Assignment تسجل
في استمارة أو أمر تصوير أو ما يسمى في دور الصحف المصرية (بون التصوير)
أو (طلب تصوير موضوع) أو (أمر تكليف بتصوير) وفيه يحدد للمصور :
موعد التصوير - اليوم والساعة - اسم المحرر - الموضوع مكان التصوير
عدد الصور - موعد صندوق البون - اسم المصور - زمن أو (وقت) تصوير
الموضوع .

وبشمل الز جانب ذلك التعليمات الخاصة بتنفيذ الصورة التى يكلف بها
فنيو العمل (الغرفة السوداء) ويحدد فيها :

عدد الصور - مقاس الصور - ومواعيد التسليم والاستلام - سكرتير
التحرير المسئول .

وتسلم هذه الاستمارة أو طلب الموضوع من التحرير الى قسم التصوير الذى
يقوم ببناء عليها بتكليف المصور .

وينبغى ان يكون التخطيط مرنا وان يتواجد باستمرار مصور احتياطي متفرغ
أو عدة مصورين لتابعة أى احداث مفاجئة قد يؤدى الى تعديلات في خطة الجريدة
عامة وقسم التصوير بشكل خاص مثل (حادث اختطاف طائرة ، احتجازها في مطار

القاهرة - أو سقوط اتوبيس في النيل مثلا) فيوجه قسم التصوير كل جهوده نحو تغطية هذا الموضوع ، وقد يلقي كل تخطيطه السابق ويعمل سياسة التصوير تبعاً لتعديل سياسة التحرير التي تحاول أن تقوم بتغطية كاملة للحدث كتابة وتصويراً .

وقد يقوم هؤلاء بالتصوير ، أو يحصلون على صور من المصادر الصحفية تتعلق بموضوعاتهم .

٢ - وكالات الأنباء العالمية :

ومثل وكالة رويتر أو الانوشيتديرس أو اليونيتديرس التي نجد فيها الى جانب الخدمات الاخبارية وهي نشاطها الأساسي خدمات خاصة بالصورة ويتم تنفيذها وفقاً لاتفاقات خاصة بين الجريدة والوكالة نظير اشتراكات مجددة وترسل الوكالة العالمية - وبعض الوكالات المحلية هذه الصور عن طريق أجهزة الراديو الخاصة بإرسال واستقبال الصور الفوتوغرافية - الى الصحيفة اذا كانت تملك هذه الأجهزة أو الى مكتبها في العاصمة أو البلد التي تصدر فيها الصحيفة ويتولى هو التوزيع على المشتركين .

٣ - وكالات خاصة بالصور والرسوم :

ومعظمها وكالات للتصوير الاخباري ، وهناك وكالات لصور الموضوعات ووكالات لصور الأشخاص .

وفي عملية استقبال الصحيفة للصور الفوتوغرافية سواء عن طريق وكالات الأنباء العالمية وأقسام الخدمة المصورة بها أو عن طريق الوكالات المتخصصة للصور والرسوم ، أو عن طريق المصور الخاص لها في الخارج تستعين بعدد من الأجهزة الخاصة التي وفرها لها التقدم التكنولوجي في مجال نقل الصورة وأهمها :

- جهاز التليفوتو الأوتوماتيكي : وهو جهاز آلي لنقل الصور تم صنعه أخيراً يستطيع أن يستقبل الصور أوتوماتيكياً دون وجود عامل استقبال ويتوقف الجهاز ويعمل من تلقاء نفسه حسب تعليمات جهاز الإرسال ويتم تحميل الصورة وتثبيتها آلياً داخل الجهاز ويستطيع هذا الجهاز أن يستقبل ٢٥ صورة دون تدخل ويمكنه أن يعمل طول الليل .

وهو يقدم صورة واحدة كل ١٢ دقيقة ثم يضع من تلقاء نفسه ورقاً حساساً مكان الصورة السابقة وتتم عمليات التنفيل من اظهار وتثبيت داخله وعندما يتسلم إشارة الإرسال يبدأ الاشتغال ثم تجفف الصورة داخله بعد اظهارها وتثبيتها ويحتفظ بها .

ثم يبدأ استقبال الصورة الثانية وهكذا تسير العملية دون توقف مدة ٢٤ ساعة ويعمل الجهاز بالشكل التالي :

- ١ - تحول الصورة الفوتوغرافية في جهاز الإرسال الى اشارات كهربائية وترسل
- ٢ - يستقبل جهاز الاستقبال هذه الاشارات ويحولها الى معلومات ضوئية عن طريق الخلية الكهروضوئية .

٣ - تسجيل المعلومات الضوئية على ورق حساس يوجد داخل الجهاز ويلف بطريقة معينة تجعله يستطيع تسجيل كل المعلومات الضوئية التي بالصورة على الورق الحساس .

٤ - تجرى عمليات التشغيل من اظهار وتثبيت وتجفيف ..

٥ - توضع الصورة الفوتوغرافية في صورتها النهائية في مكانها وتبدأ صورة جديدة ...

جهاز الراديو او التلوجراف ..

انتهى الفنيون اخيرا من اكتشاف طريقة تسمح بالنقل والتصوير بواسطة ذبذبات الراديو .. فقد تمكن الفنيون من ارسال الوثائق المخطوطة والمكتوبة على الآلة الكاتبة او المطبوعة والرسوم والصور الفوتوغرافية بالراديو حيث تحول هذه الوثائق والصور الى اشارات كهربائية ثم ترسل وتحول تلك الاشارات الكهربائية لجهاز الاستقبال الى معلومات ضوئية وتسجل على ورق حساس أعد كيميائيا كما يمكن ان تنقل صفحة كاملة من صحيفة بواسطة هذا الجهاز .

٤ - الصحف والمجلات الأجنبية :

ويستفاد منها في إعادة طبع ونشر بعض هذه الصور مع الاخبار والموضوعات الخاصة بالجريدة وذلك لصعوبة الحصول على هذه الصور من مصادرها الأصلية . مثال لذلك : موضوع صحفى عن - صفقة الطائرات الأمريكية الف ٢٥ الى مصر والسعودية يمكن الحصول على صور لهذه الطائرات من مجلة عسكرية ومتخصصة وموضوع آخر عن أشهر مוזعات باريس الآن يمكن الحصول على صور تصاحبه من أبواب الموضة بالمجلات الفرنسية .

٥ - المصورون المحترفون :

الذين يعملون بالقطعة أى يصورون صور الاشخاص او الموضوعات هم يقومون ببيعها الى الصحف والمجلات .

٧ - المصورون الهواة :

الذين يعرضون نتائج عملهم على الصحف بلا مقابل .

٨ - الجمهور :

من القراء الذين يقدمون بعض الصور المناسبة الى الصحيفة وقد تعرض الصحيفة بذلك المصدر تخلفها عن تصوير حدث معين وقت حدوثه بينما استطاع احد الجمهور التقاط صور له .

٩ - مكاتب العلاقات العامة فى المصالح والهيئات والشركات ، وكذلك ادارات الاعلام ومكاتب الصحافة بالوزارات والسفارات والمؤسسات الكبرى :

وهي تهتم اهتماما كبيرا بتوفير المعلومات والصور اللازمة التى تقدمها الى

الصحف وأجهزة الاعلام عن نشاطات ومشروعات أقسامها وأجهزتها المختلفة (انظر الجزء الخاص بالصورة كأداة من أدوات العلاقات العامة) .

١٠ - تسم المعلومات في الصحيفة :

يتكون هذا القسم بشكل عام من المكتبة والإرشيف ، والذي يهمنا هنا هو الإرشيف الذي ينقسم الى إرشيف للصور وإرشيف للمعلومات .

- إرشيف الصور : ويضم إرشيف الصور كل اصول الصور التي حصلت عليها الجريدة أو المجلة من مصادرها السابقة سواء نشرت أم لم تنشر ، وترتب الصور أبجديا بالنسبة لأسماء الأشخاص والموضوعات أو الاثنين حتى يمكن الوصول الى الصور المطلوبة بسرعة وبسهولة وبالإضافة لهذا الإرشيف في بعض الصحف نجد أن لقسم التصوير إرشيفه الخاص به .

* ويحتفظ في هذا القسم (أو بإرشيف قسم التصوير) بالسالبات Negatives والأنماط المعدنية - الجاهزة - (الكليشيات) - حتى يمكن الحصول عليها وتطبع بسهولة في آخر لحظة . ووجود اصول الصور والسالبات يجعل عمل الإخراج أكثر مرونة لأنه يسهل عمل الأنماط المعدنية المطلوبة دون تقييد بالنمط المطبوع من قبل (الكليشيه) .

ولابد من وجود نبذة ترفق بكل فيلم أو صورة لتسهيل عملية الإخراج وسرعته أيضا تحدد موضوع الفيلم أو الصورة وتاريخ التقاط الصورة ونشرها وتلجأ الصحيفة الى الإرشيف للحصول على الصورة أو النمط المعدني (الكليشيه) في الحالات التي لا تتطلب التقاط صور جديدة لشخص أو مكان أو لموضوع ما (62, 53, 46, 70, 72)

المبحث الثاني

خطوات انتاج الصورة الصحفية

مراحل انتاج الصورة الصحفية :

أولاً : التكليف بمهمة :

يكلف المصور الصحفي تصوير موضوع معين ، أو يلتقط هو صورا بمفرده بأحساسه الفني والصحفي وقد يكلف مصورا خارجيا أو يتفق مع وكالة للصور .

ثانيا : عملية التصوير :

ينفذ المصور الصحفي تصوير الموضوع أو الخير سواء كان يعمل في قسم التصوير بالجريدة أو خارجها .

ثالثا : التحميص والطبع :

بعد التقاط الصورة تذهب الأفلام الى المعمل ، حيث يجرى عمليات التحميص والطباعة .

بعد ذلك تتلقى الصحيفة الصور المطبوعة Prints بعد تحميصها وطباعتها في المعمل الخاص بالصحيفة - بقسم التصوير - أو من المصادر الأخرى - السابق الحديث عنها - للصورة الصحفية . وفي بعض أنواع الطباعة تتلقى إيجابيات فقط أو سالبات (المجلات) .

رابعا : تقويم واختيار الصور للنشر :

تسلم الصور - ولتكن هنا صورة واحدة نتبناها - الى المحرر المختص بفحص الصور واختيارها وقد يكون ال (Picture editor) أو محرر الصورة وهو شخص لا يقوم إلا بهذا العمل فقط في بعض الصحف وقد يقوم بهذه العملية محرر الصورة هذا مع المصور وسكرتير التحرير المركزي والتنفيذي ، وقد يقوم بهذا المصور

وسكرتير التحرير المركزي والتنفيذي (الفني) : وقد يقوم بها سكرتير التحرير المركزي أو التنفيذي (الفني) بمفرده ، والذي ينمنا هنا هو بعض الاسئلة التي تثار أثناء هذه العملية - التقويم والاختيار للصور الصالحة للنشر ويبحث المحرر المسئول عن هذه العملية عن اجابات لها يستطيع عن طريقها الوصول الى الصور المناسبة والصالحة للنشر واهم هذه الاسئلة هي :

- ما هو نوع هذه الصورة .. ؟ هل هي صورة خبرية ام صورة تصف موضوعا ما
ام صورة جمالية ؟ هل ينبغي ان تنشر اليوم ام تؤجل واذا تم تأجيلها هل تفقد قيمتها .. ؟

- ماهي العناصر المحددة التي تعطى للصورة هذه القيمة الخبرية او الموضوعية (الايضاحية او الدلالية) او الجمالية .. ؟ هل صورت الواقعة الخبرية بشكل جيد .. ؟ وما مقدار المفزى الموجود فيها والذي يستدعي حذف اجزاء من المادة الصحفية ووضعها بدلا منها .. ؟ هل نروي القصة الاخبارية بشكل كاف .. ؟ هل تبرر اهم ما في الموضوع .. ؟ هل فيها تكوين تشكيلي .. ؟

- هل يمكن ان تعرض الصحيفة للمساءلة القانونية او الجنائية ؟

- هل الصورة واضحة وبسيطة ام معقدة وغير مفهومة لاول ناظر اليها ، ؟ هل هي مجرد بورتريه .. ؟ ام صور الجماعة هل فكرتها جديدة ام قديمة ومبتذلة .. ؟ هل هي من الناحية الفنية - واضحة التفاصيل .. ؟ هل هناك اجزاء ضبابية ام انها لامعة .. ؟ هل هي قابلة للطبع هل يمكن عمل بعض التوش لمعالجة العيوب التي توجد بها بواسطة الفني في المعمل .. ؟ هل بها نقاط بيضاء وسوداء - واضحة وكافية لعمل وخلق تناقض داخلها .. ؟ هل هناك تدرجات لونية بين الاسود والابيض ، (حيث أكد أحد الخبراء ان كل صورة مطبوعة (Print) بشكل خفيف ينبغي ان تتدرج لونها وظلها بحيث تضم لونا او درجة او تدرج اسود ثم ابيض ثم رمادي ثم ما بين الابيض والرمادي واخيرا ما بين الرمادي .. والاسود) .. ؟

- ماهو الموضوع الذي ستصاحبه ؟ او انها تنشر بمفردها وهل التعليق المصاحب لها الـ Caption او الـ Cutlines معبر عن مضمونها ؟

- ما الذي سوف يحذف منها eliminate وهل ستكبر enlarge
ام ستصغر reduce هل ستضاف اليها بعض الاجزاء ام يتم عمل
براويز لها ؟ هل هناك خلفية زائدة ينبغي ازالتها ؟ .

- هل ابرز عنصر الخبر او التوضيح او الراي او الجمال في الصورة بشكل جيد ؟

خامسا : تحرير الصورة : او كتابة الكلام المصاحب لها ..

سادسا : اخراج الصورة : وذلك عن طريق سكرتير التحرير التنفيذي (الفني) محرر الاخراج او المخرج الصحفي الذي تسلم اليه الصورة فيحدد - موقعها في الصفحة ويحدد الحجم الى ستنشر به وعمليات التصغير او التكبير (Cropping) وقد يشير باجراء بعض التوش فيها أو دمج أكثر من صورة معا ..

سابعاً : طباعة الصورة : ترسل الصورة او الصور الى ورشة الحفر لاعداد الكليشيه (بالنسبة للطباعة البارزة) وفي انواع الطباعة الاخرى (كالافست والروتوغرافور) هناك مراحل اخرى للطبع بالنسبة للصورة . بعد ذلك يذهب الكليشيه الى التوضيب لكي ياخذ طريقه مع الصفحة بعد عمل البروفات - الى عمال الكبس والسبك ثم الطباعة في الطباعة البارزة وبطرق اخرى في الافست والروتوغرافور حتى تصل اليها الصور في النهاية مطبوعة في نسخ الجريدة او المجلة الى جانب المواد المكتوبة (٦) .

الفصل الثالث

المصور .. وأخلاقيات الصورة الصحفية

المبحث الأول

المصور الصحفي : الأهمية والسمات

المصور الصحفي هو الشخص الذي يقوم بالتقاط الصور التي ستنتشر في الصحيفة ، وهو الأساس لكل صورة صحفية ، وإياها كل المصور : مصور الجريدة الخاص أو مصور وكالة الأنباء ، أو مصور وكالة الصور والرسوم ، أو المصور الذي يعمل في إحدى إدارات العلاقات العامة ، فهو المصور الصحفي إيا كان مكانه أو عمله .

مصور فقط . . أم محرر مصور ؟ :

وقبل الحديث عن المصور الصحفي بالتفصيل نناقش قضية هامة تثار منذ فترة في الصحافة الحديثة على المستوى النظري والتطبيقي وتختلف الآراء فيها : فالبعض يرى وهذا اتجاه قوى نلمحه في بعض دور الصحف العالمية أن المندوب الصحفي الكامل هو الذي يعرف كيف يستعمل آلة التصوير ويخضعها لاتجاهاته في تغطية النبا أو الموضوع الصحفي بحيث أصبح المبدأ المعمول به الآن والذي يطلق بشكل نموذجي على الصحفي المثالي - وهو أن عدة المحرر الصحفي ليس قلعه فقط بل عدته هي أسلحته الثلاثة : عقله ، وآلة التصوير ، والآلة الكاتبة (١٨) .

ووصل الأمر عمليا الى ظهور ما يسمى بال Combination man أو الشخص الذي يجمع بين عمل المندوب والمصور وهو المندوب المصور الذي يحصل على القصة الاخبارية ويكتبها ويصورها ويستعمل الكاميرا والقلم بشكل متساو . والهدف هو الا يعمل المندوب أو يرى بعين واحدة يترك العين الأخرى لغيره وهو المصور الذي يرافقه في تغطيته الاخبارية المحتاجة الى مصور (48) .

لكن . . لماذا . . ؟ لأن النظام الحالي وهو أن يعمل المندوب أو المحرر في جمع المادة الصحفية وكتابتها والمصور يقوم بالتصوير فقط ، يصعب فيه تحقيق التجانس المتكامل بين الجهتين وبين العينيين : عين المندوب وعيني المصور مما ينتج عنه عدم خروج الصورة الصحفية المعبرة بدرجة جيدة وذلك لأسباب كثيرة منها :

١ - انه لا تجرى عملية تخطيط بين الطرفين ، ولهذا نجد ان كلا منهما يركز على زوايا قد لا يكون بينهما أى تجانس .

٢ - ان المصور لا يتفرغ للتغطية الكاملة للنبا اذ يكتفى بالتقاط صورة او اكثر تسجل الواقعة الخيرية ، ولكنه لا يواصل عمله مع المندوب حتى تتم التغطية مما ينتج عنه فقدان بعض زوايا خبرية فى حاجة الى صور - تسجيلها .

٣ - ان المصور قد يختلف مع المندوب فى النظر الى القيمة الخيرية للنبا مما يترتب عليه ان تأتى الصورة معبرة عن الواقع .

٤ - ان المندوب المصور يستطيع ان يخضع الكاميرا لتفكيره وخط سيره مع النبا مما يجعل الموضوع الخبرى فى النهاية مخدوما خدمة صحفية كاملة .

٥ - ان المناسب هو ان المصور يتم بين اصلا صحفيا او مندوبا ، بل انه تولى عمله كمصور صحفى ، لأن مهنته الأصلية هى التصوير بصفة عامة وان له قدرات على التقاط صور فوتوغرافية جيدة ، و فروق بين المصور الجيد من الناحية الفنية والصورة الصحفية التى توافرت لها أيضا الناحية الفنية (١٨) .

ولكن هناك اعتراضات كثيرة توجه الى فكرة المندوب المصور وترى ضرورة

فصل عمل من سبهم وسرع المندوب للتحرير والتغطية والمصور للتصوير ومبررات ذلك هى :-

١ - ان المندوب قد يشغل بعملية التصوير عن تغطية واستكمال كل جوانب الخبر ، لانه سيصبح مقيدا بالكاميرا ، ولن يستطيع واحد ان يستكمل معلوماته من المصادر المختلفة ويفوم بتصوير الوقائع التى تحتاج الى تصوير لقطات صحيفة ذات مضمون جيد وتشكيل نسي مناسب وبالتالى قد لا يصلح المندوب المصور فى النهاية فى أى من هذين العاملين .

٢ - ان مجرد وجود كاميرا فى يد المندوب الصحفى قد يبعث حالة من عدم الرضى او الخوف لدى بعض المصادر التى قد يزعمها وجود أى جهاز او اداة مع المجرر او المندوب الصحفى يمكن ان يسجل عليه شيئا كقلم وورقة او جهاز تسجيل او كاميرا لانه فى قرارة نفسه يشعر انه مراقب وكل كلمة او حركة او تعليق له مسجلة او مكتوبة او مصورة ، وبذلك يفقد المندوب هذا المصدر تحريريا وتصويريا ، فلا يتكلم معه ولا يسمح له بان يصوره . وقد يتحدث معه - مجاملة - ولكنه لن يكون حديثا عاديا بل مقيدا او متوترا او مقتضبا .

٣ - ان المندوب الصحفى يتفرغه لعملية التغطية الصحفية التحريرية وأعطائه التوجيهات للمصور اثناء انتقاطه الصور يسطى المصور فرصة لكى يدع ويبتكر ويظهر مقدراته الفنية فى اختيار الكادر الفنى وتحديد الشكل المناسب لتوضيل المضمون الصحفى الذى يريده المندوب .

٤ - ان هذه الفكرة : فكرة المندوب المصور تتعارض مع اهم سمات هذا العصر بشكل عام والصحافة خاصة وهى سمة او مبدأ التخصص الذى وصل الى درجة كبيرة من الدقة داخل وخارج دور الصحف .

صفات المصور الصحفي :

هناك قواعد أساسية للتصوير وأنواع محددة من الكاميرات واساليب متفق عليها في تجميع الصور وطبعتها وأجراء البرتوش فيها ، ثم حفرها وطباعتها في الجريد أو المجلة الا اننا في النهاية نجد صورا صحفية ناجحة واخرى تقليدية . . . لماذا ؟

لان وراء الكاميرا (آلة التصوير) انسانا - صاحب فلسفة خاصة ورؤية ذاتية لتواضع وحدرات مميزة فنيا وصحفية - يحركها ويوجهها وذلك لتوصيل المضمون الذي يريد في شكل محدد ، ونجاح هذا الانسان او فشله يتوقف على مدى امتلاكه للحس الصحفي والفنى الذى يختلف من انسان الى آخر ، اى من مصور الى مصور صحفى اخر .

ولو عدنا الى الماضى لنرى صورة المصور الصحفي ، نجد ان الناس كانوا ينظرون اليه بنوع من الشفقة والعطف لانه من وجهة نظرهم كان مجرد شخص يلتقط الصور للجريدة - وتنقصه الفطنة والتفكير والنشاط لانه لو كان فطنا او مفكرا او نشيطا لما اضطر للعمل كمصور صحفى وعمل كمندوب او كمحرر صحفى . وتطورت النظرة بعد ذلك ، ولم يعد المصور الصحفي هو مجرد ، ذلك الشخص الذى يلتقط الصورة الفوتوغرافية فقط ، بل اصبح شخصا يلتقط صورة فوتوغرافية صالحة في الصحيفة فكل من المصور والمندوب يمكن ان يحقق كسبا وسبعا صحفيا .

الأول : بالتقاط صورة اطقه لا ينافسه في قيمتها احد .

الثانى : انفراده بمعلومات وبيانات خبرية تفيد القارىء وتهمه ولا يجدها في صحيفة اخرى . . .

ولكن مهمة المصور احق بكثير من مهمة المندوب : لانها تتطلب سرعة خاطر وانتباها مشدودا للحدث الاخبارى لان فرص الحصول على اللقطات الناجحة قد تمر فى ثوان معدودة ثم لا تتكرر اما المندوب الصحفي الذى ينقل الوقائع فقد يفوته التقاط الوقائع (تغطيتها) بعد حدوثها مباشرة ولكنه يستطيع اللحاق بها بالسماع من شهود العيان على العكس من الكاميرا التى يجب ان تكون هى شاهد العيان المطلوب وجوده فى مكان - الواقعة كى يسجل احداثها وينفرد بها .

لذلك ينبغى ان تتوافر فى المصور الصحفي عدة صفات او مزايا لكى تتعدى وظيفته مجرد الضغط على زر آلة التصوير والتقاط صورة فوتوغرافية وهى بالاضافة الى تمتعه بالحس الصحفى وتحليه بالمقدرة العامة اللازمة للصحفى المقتدر وقدرته على العمل فى ظروف صعبة ووعيه بسياسة وظروف - الجريدة التى يعمل بها ، يمكن تلخيصها فى انقدرات والصفات التالية :

١ - تمتع المصور الصحفي بحس فوتوغرافى فعلى المصور الصحفي ان يعرف ويميز غريزيا المشاهد التى تؤثر وتقدم صورا جيدة ناجحة فالحياة يجب ان تكون بالنسبة للمصور : سلسلة من الاحتمالات - التى يمكن ان تلتقط بالعدسة وهكذا يجب ان ينظر الى كل مجال وكل حدث وكل فعل حركى من

ناحية الصورة التي يمكن أن يقدمها وفي كل مناسبة يجب أن يفكر المصور في أفضل طريقة يلتقط بها المشهد .

٢ - قدرة فنية وميكانيكية على استعمال آلة التصوير واجادة عمليات الاظهار والطبع وسائر العمليات الفنية المتصلة بذلك .

٣ - مقدرة على سياسة الناس وادارتهم ذلك ان المصور شأنه شأن المحرر او المندوب الصحفي يتعامل مع اناس من مختلف الأنواع والأوضاع ولكته بشكل خاص يحتاجه صعوبات أكثر من الصعوبات التي يجابهها المحرر او المندوب الصحفي في أداء مهمته ، وهذا يرجع الى ما تتمتع به آلة التصوير من قوة واتحكام نهائية رحاسمة في حين أن الشخص الذي يجري المحرر معه مقابلة يستطيع التحدث بالشكل الذي يريده لينشر ما يسره فقط ، بينما لا يملك تلك السلطة او الرقابة على آلة التصوير ، فقط يلتقط المصور الصحفي صورة هذا الشخص من زاوية غير ملائمة او في وقت سيئ ومع ذلك فليس له من سبيل لمعرفة هذه الحقيقة قبل أن يرى صورته منشورة في الجريدة وبالتالي فإن كثيرا من الأشخاص لا يرغبون في أن يكونوا هدفا لعدسة المصور مع انهم لا يمانعون في التعاون مع الصحفيين ، وقد صنف بعض علماء الصحافة الأشخاص المرشحين للتصوير الى ثلاث فئات :

الأولى : فئة القابلين للتعاون . .

الثانية : فئة غير القابلين للتعاون . .

الثالثة : فئة غير القادرين على التعاون . .

٤ - العلم بنوعية الصور التي يمكن أن تضع الجريدة في موقف قانوني تحاسب عليه وتعرضها لدعوى القذف او السب او انتهاك خصوصيات الجمهور وهو نفس ما يفعله المحرر الصحفي .

٥ - الروح الابتكارية والسبب ان القراء لديهم كراهية ملحوظة للصور الجامده التي يقف أصحابها امام المصور الصحفي للتصوير لذلك أصبحت الأصالة والابتكار في الصورة هامة جدا وذلك لكثرة عدد الصور المنشورة في الصحف (١٧ ، ٥٣ ، ٦٩) .

اتجاه واضح الى التخصص :

مع التطور الكبير في الصحافة من الناحية التكنولوجية والمهنية ومن ناحية المضمون المقدم بدأ يحدث نوع من التخصص بين المحررين وضافت دائرة هذا التخصص لتشمل الآن محررين متخصصين في شئون البترول او الشرق الاوسط او الخليج العربي او تلوث البيئة على سبيل المثال ، وتبع ذلك ظهور الاتجاه الى التخصص بين المصورين داخل الصحيفة شأنهم في ذلك شأن كل الصحفيين : البعض يتخصص في تصوير الصور الاخبارية والبعض الآخر في صور الموضوعات والبعض الثالث في المواقف الانسانية او قد يتخصص بعض المصورين في تصوير المباريات الرياضية وآخرين في مجال الموضوعات والأزياء او الحوادث او الشئون السياسية او العسكرية (١٧ ، ٤٨) .

المبحث الثانى

الجوانب الأخلاقية فى الصورة الصحفية

قديمًا كان هناك قول أو مثل شائع يقول ان : « الكاميرا لا تكذب أبدًا » !
ولكن ذلك القول .. أصبح الآن بعيدا عن الحقيقة ، ولا يعبر إلا عن قدرة الصورة
على العرض الجيد لوقائع موضوع ما ، ولكن هذا لا يعنى الموضوعية ، فموضوعية
الصورة ليست كاملة كما يتصور البعض .

وعلى كثيرون ذلك - ومنهم فيللى شيفى - بأن الصورة لا تصور الحقيقة
كاملة اذ انها التقطت لتعبر عن موضوع ما ، كما يمكن تغيير الصورة بواسطة
الرتوش ، بل ان مجرد اختيار صورة وليس أخرى هو دليل على تحيز متعمد من
المصور وقت الالتقاط والمحرر عند المفاضلة بين عدة صور تم التقاطها .

والصور التى تروى أو تصاحب قصصا أو موضوعات اخبارية منها مثل هذه
القصص أو الموضوعات يمكن ان تحرف وتشوه بأكثر من طريقة رمثال ذلك : نجد ان
المظهر الخارجى لمرشح فى الانتخابات أو مرشح لمنصب عام شئ هام جدا ويؤثر
فى ذلك الصور التى تنشر فى الصحف لذلك نجد بعض الصحف تهتم بنشر الصور
الجيدة الجذابة بالنسبة لمن تؤيدهم وتقف بجانبهم من المرشحين - خاصة فى
اوقات الانتخابات - بينما لا تدقق أو تنشر الصور المنفرة غير الجيدة وغير الجذابة
لن تعارضهم وصورة واقعة ما يمكن ان تشوه بواسطة المصور : عن طريق اختياره
لزواية تصوير معينة أو لقطة معينة فصورة تمرد أو مظاهرة يمكن ان تظهر احد
المتمردين وهو يلقي حجرا على رجل البوليس أو انها قد تظهر رجل البوليس وهو
ينزل بهراوته على رأس هذا المتهم وقد يتفاضى المصور عن عشرات اللقطات
التي حدثت وتعبر عن فكرة ما ويصور لقطة واحدة تخدم فكرة أخرى يقتنع بها
هو أو تخدم الخط العام لجريدته أو مجلته ..

كما ان عملية تحرير واخراج الصورة - التى سنشرحها بالتفصيل فيما بعد
يمكن ان تلعب نفس دور التحرير والاخراج فى المادة المكتوبة فقد تستطيع الصورة

ان تقول كل شيء من ما حدث أو جزء فقط وقد تشوه أو تحرف أو تقول بشكل سيء ما حدث وقد تحذف تفاصيل هامة أو تشمل تفاصيل تخلق انطباعا غير صحيح وقد تكون الصورة محملة - في كتابة كلامها - بأكثر مما في داخلها.

وقد أثار جيمس راسل ويجنز - رئيس التحرير السابق لجريدة الواشنطن بوست - خلال محاضرة له في جامعة نورث داكوتا قضية موضوعية الصورة الصحفية حين قال :

ان الكاميرا تستطيع ان تكون فضولية ، محيرة ، غير خجولة وكاذبة غير صادقة ويعلق على الصورة المشوهة لرجل البوليس خلال الاضطرابات الاهلية فيقول : ان الصورة قد تكون مصورة ومثلة للفعل (الحدث) ، ولكنها تفشل في ان تقول حقيقة ما حدث بالتفصيل ولماذا . . ؟ وأضاف ويجنز ان الكاميرا لا تقول الحقيقة وبسبب ان ما تقوله ليس الحقيقة كلها فان الشك حول الوسائل الاعلامية يثار في عقول القراء الذين يعرفون ان رجال البوليس مهما كانت غلطاتهم غير المشكوك فيها ، ليسوا دائما مخطئين .

وينهى جيمس راسل وينجز - رئيس تحرير جريدة الواشنطن بوست السابق - حديثه قائلا : ان الصورة قد تكون صارخة وقد تكون مجرد وسيلة لسرد الأحداث ، ولكنها اذا حملت انطباعا مزيفا أو مشوها ، فمن الأفضل من وجهة نظره تركها بدون نشر .

وهناك عملية الفوتومونتاج : photomontage

وهي اخطر عمليات تغيير ملامح الصورة بالحذف أو الاضافة أو التركيب أو كلهم معا ، وقد تكون حسنة النية ، وتهدف الى مجرد تقديم مشهد معبر ، وقد تهدف الى تشويه صورة ما وتقديم انطباع سيء عن موضوع أو اشخاص في داخل الصورة أو مجموعة الصور . . .

وتتم من طريق عمليات قص اجزاء من أكثر من صورة ثم تركيبها معا ثم طبعها في النهاية كصورة واحدة - وهو نفس تكتيك المونتاج السينمائي الذي يضع لقطة قبل لقطة أو بعدها ليعطي تأثيرا معينا - وقد تستخدم في مشهد له غرض موضوعي جيد مثل : صور لاحتفال الناس يشم النسيم في أكثر من مكان أو لجان امتحان الثانوية العامة ، أو لغرض سيء مثل صورة مركبة تبين ان من حكم المباراة كان متحيزا ضد لاعبي نادي معين خلال المباراة (46 ، 47 ، 53 ، 65 ، 67) .

الفصل الرابع

اللون .. والصورة الصحفية

طباعة الصورة الصحفية الملونة :

في الحديث عن اللون ينبغي أن نفرق بين اللون في التصوير الفوتوغرافي اللون
أو الوان الضوء ، وبين اللون في الطباعة أو الالوان الصبغية Pigments
فلكل تكوينه وأبعاده وسماته وخصائصه .

فنحن اذا مررنا شعاعا ضوئيا أبيض خلال منشور زجاجي ، فسوف يتحلل
هذا الشعاع إلى أشعة أخرى ملونة تمثل الوان الطيف السبعة وهي : الأحمر ،
البرتقالي ، الأصفر ، الأخضر ، الأزرق ، البنيلي ، البنفسجي ، وتتداخل الوان
هذه الأشعة المنظورة بعضها في بعض دون تحديد دقيق بينها .

ومع ان الالوان المشار اليها سبعة ، الا أن من بينها ثلاثة الوان أولية فقط
Primary colors هي الاحمر والأخضر والأزرق اذا خلطت بنسب مختلفة من هذه
الالوان الأولية .

ويمكن الاستدلال على ذلك اذا جهزنا ثلاثة مصادر ضوئية Spot Lights
تبعث ضوءا مركزا بحيث تكون الأشعة الصادرة من الأول زرقاء ، ومن الثاني
خضراء ، ومن الثالث حمراء . فسوف نشاهد حين تضاف الوان الأشعة الثلاثة
بنسب متساوية وتتجمع على لوحة سوداء مثلا انها أثارت احساسا باللون الأبيض .

وهذا يدل على ان الأشعة البيضاء تتكون من ثلاثة الوان أولية فقط ، واذا
أطلقنا أحد المصادر الضوئية الثلاثة (الزرقاء والخضراء أو الحمراء) وتركنا
المصدرين الآخرين فسوف ينتج اختلاط أي من الوان الأشعة الأولية لون
جديد :

- اللون الأزرق + اللون الأخضر ينتج عنه الأزرق والأخضر (السيان)
- اللون الأخضر + اللون الأحمر ينتج عنه الأصفر .
- اللون الأحمر + اللون الأزرق ينتج عنه القرمزي (الماجنتا) .

وتعرف هذه المجموعة : الاصفر ، القرمزي ، والسيان باسم الالوان المكملة Complementary colors وعلى هذه النظرية يعتمد التصوير الفونوغرافي الملون (٣٤) اما الالوان الصيفية او الطباعية فتختلف تمام الاختلاف عن الالوان الضوئية السابقة .

فالالوان الطباعية الأساسية هي : الاصفر ، الاحمر ، الازرق .

والالوان المشتقة : التي تنتج عن مزج لونين أساسيين بنسبة واحدة هي :

— اللون الاصفر + اللون الاحمر ينتج عنه البرتقالي .

— اللون الاحمر + اللون الازرق ينتج عنه البنفسجي .

— اللون الاصفر + اللون الازرق ينتج عنه الاخضر .

اما الالوان الثانوية : فتنتج عن مزج لونين أساسيين بنسب غير متساوية .

والالوان الأساسية ثلاثة .

والالوان المشتقة ثلاثة .

والالوان الثانوية اثنا عشر .

ولكن عدد الالوان الطباعية ليس محدوداً فقط بهذه الالوان الثمانية عشر لأن كل لون له درجاته المختلفة ، التي تبدأ من الدرجة الفاتحة الى أن تنتهي بالدرجة القائمة من جهة أخرى .

ويمكن الحصول على اللون الفاتح بإضافة اللون الابيض ، ويمكن الحصول على اللون القاتم (الداكن) بإضافة اللون الاسود (١٦ ، 69) ، وعلى هذه النظرية تعتمد طباعة الالوان عامة والصور الملونة كجزء منها .

أبعاد ومواصفات اللون :

هناك طرق عديدة وضعت لتحديد مواصفات اللون Color specification بنيت على أسس مختلفة ، ولكن أكثرها تداولاً هما :

أولاً : طريقة الـ I.C. I. لوصف الالوان

وترمز الحروف الأولية I.C.I. الى اختصار هذا الاسم

Internal commission of illumination

تحدد ثلاثة خصائص للون هي :

١ - أصل اللون Hue : ويسمى البعض « كنة اللون » وهي الخاصية التي ترتب على اختلاف أطوال الموجات الضوئية فتجعلنا نطلق أسماء كالأحمر أو الاخضر أو الازرق والترتقالي أو البنفسجي ، ويختلف أصل كل من هذه الالوان عن الآخر في طول موجته الضوئية ، ولا يتغير أصل اللون الا باختلاف طول الموجات الضوئية .

١-٢ تشبع اللون Saturation يرتبط تشبع اللون بمدى نقائه أى بمدى

اختلاطه بالألوان المحايدة neutral colors (الأبيض والأسود والرمادى)
فلو خلطنا لونا أزرق مع كمية معجون أبيض فسوف تقل درجة تشبعه ويصبح
أزرق مائلا للبياض أو « باهتا » pale ويزيد بهتانه كلما زادت كمية المعجون
الأبيض ولا يمكن - القول حينئذ بأن إضافة اللون الأبيض قد غيرت من أصل
اللون hue إذ لم يغير طول الموجة الضوئية ، ويكون اللون قد وصل الى
أقصى درجات تشبعه لو كان لونا طيفيا نقيا .

٢-٣ نقص تشبع اللون Desaturation of color في أحوال ثلاث هي :

(أ) نقص التشبع لاختلاط أصل اللون بقدرة من الأبيض ، ويقال أن أصل
اللون قد خفف tinted ونطلق عليه بالعامية لون « هادى » light
أو « باهت » pale

(ب) نقص التشبع لاختلاط أصل اللون بقدرة من الأسود ، ويقال أن أصل
اللون قد ظلل shaded

(ج) نقص التشبع لاختلاط أصل اللون بقدرة من الرمادى ، ويقال أن أصل
اللون قد جوى أو عودل neutralized
وقى الغالطين بـ « سخا » نقول أن اللون قد « جاب » أغمق darker .

٣-٤ تصوع اللون Brightness

ويتوقف هذا التصوع على بعد مصدر الضوء عن الجسم الملون نتيجة لنقص
الطاقة الضوئية الساقطة عليه إما لبعد المصدر الضوئى أو لانخفاض الطاقة التى
ينفذها رغم عدم حدوث أى تغيير فى الخصائص الطيفية للأشعة .

وإذا استمر ابتعاد مصدر الضوء تدريجيا عن الجسم إلى مسافة كبيرة جدا
يسود الظلام فى النهاية ، فتبدو جميع الألوان سوداء ، فاحساسنا بالألوان الأجسام
لا يعدو أن يكون احساسا بالأشعة المنظورة المنعكسة من هذه الأجسام . فإذا قلت
هذه الأشعة أو اختفت نهائيا بعد زوال المصدر الضوئى تماما فلن يكون هناك
أشعة منعكسة وبالتالي ، لن تبدو لنا ألوان مرئية .

ويتوقف ذلك على أصل اللون وفى حالة ابتعاد مصدر الضوء تدريجيا عن
الجسم أو السطح الملون يظهر لنا أن :

(أ) اللون الأحمر يتوقف يبدو أحمر بشيا ، ثم يغمى تدريجيا حتى يصل إلى
مرحلة الاسوداد .

(ب) اللون البرتقالى : سوف يبدو بنيا ، ثم يغمى تدريجيا حتى يصل إلى
مرحلة الاسوداد .

(ج) اللون الأصفر يتوقف يبدو أصفر بنيا ، ثم يغمى تدريجيا حتى يصل إلى
مرحلة الاسوداد .

(د) اللون الأخضر : سوف يبدو أخضر زيتونيا ، ثم يهتم تدريجيا حتى يصل الى مرحلة الاسوداد .

(هـ) اللون الأبيض : سوف يبدو أخضر زيتونيا ، ثم يهتم تدريجيا حتى يصل الى مرحلة الاسوداد (٣٤) .

لانيا : طريقة Munsell لوصف الألوان :

يرجع الفضل في وضع اسس هذه الطريقة الى Albert H. Munsell نشرها عام ١٩٠٥ لأول مرة : وتعتمد في وصفها للون على خصائص ثلاث هي :

١ - اصل اللون Hue : أو التسمية اللونية ، وهي التسمية التي اصطلح الناس على اطلاقها بالنسبة لكافة الألوان ، وما تجعلنا نفرق بين لون وآخر ، وعند Munsell هناك خمسة ألوان رئيسية هي : الأحمر ، الأصفر ، الأخضر ، الأزرق والبنفسجي والوانه المتوسطة هي : (أصفر + أحمر) ، و (أخضر + أصفر) ، و (أزرق + أخضر) و (أزرق + بنفسجي) و (أحمر + بنفسجي) .

أي أن اصل اللون أو التسمية اللونية هي الهوية الأساسية له أو الصفة التي تجعلنا تميز لونا عن آخر : مثل الأزرق عن الأخضر ، والأحمر عن البرتقالي أو الأحمر البرتقالي عن الأحمر الأرجواني ، فاللون القرنفلي مثلا ليس hue ولكنه مجرد tone أو درجة للأحمر ، ولتغير ال hue الى hue آخر يضاف لون يغير الطبيعة الأساسية مثل جعل الأزرق أخضر بإضافة الأصفر (٢٩ ، ٣٤ ، 69) .

٢ - قيمة اللون Value : أو درجة اللون ، هي الصفة التي تجعلنا نطلق عليه لونا فاتحا أو لونا قاتما ، وقد يتفق اصل لونين ولكنهما يختلفان في درجتهما أو قيمتهما اللونية فيكون أحدهما ساطعا يعكس كمية كبيرة من الأشعة والثاني قاتما تقل كمية الأشعة المنعكسة . منه (٣٤ ، ٦٩) .

أو هي الفاتح والقاتم في اصل اللون أو في نفس اللون ، أو الصفة التي يفرق بينها وبين القرنفلي أو الأحمر على سبيل المثال ، نستطيع أن نزيد من قيمة ال hue وإضافة الأبيض ونقصها بإضافة الاسود بدون تغيير ال hue وإذا أضفنا الأبيض الى الأزرق ينتج درجة لونية أو قيمة أخف وإضافة الاسود ينتج عنه ظلا أكثر قتامة ، ولكن التسمية الأساسية أو الأصل أو ال hue لا تتغير .

٣ - الكروما Chroma : أو كثافة اللون Intensity وتدل على مدى نقاء اللون أي درجة تشبعه ومدى اختلاطه بالألوان المحايدة الأبيض والرمادي والاسود وترتبط بقوة اللون أو شدته ودرجة نقائه أو صفائه ونستطيع عن طريقها التمييز بين الألوان القوية والضعيفة .

ونستطيع تغيير ال chroma بدون تغيير ال hue بإضافة الرمادي لنفس ال Value الصبغي وكلما أضفنا رماديا أكثر تنتج كثافة أقل ويبقى ال hue ثابتا (٢٩) .

كيف يمكن تغيير الألوان ؟

وتخليصا لما سبق مع بعض التفاصيل الجديدة نستطيع أن نقول أن هناك طريقتين لتغيير الألوان :

الطريقة الثانية (غير مباشرة) :

وتقوم على التغيير المادى للون عن طريق مزجه بألوان أخرى للتأثير فى بعض ابعاده وذلك على النحو التالى : - مزج اللون بلون آخر للتغيير فى ال hue

- مزج اللون بالأبيض أو الأسود للتغيير فى ال Value

- مزج اللون بالرمادى لتقليل ال chroma أو للتأثير فى درجة النقاء . .

- مزج اللون بالألوان المكمل له للتغيير فى ال Value أو ال chroma

الطريقة الثانية (غير المباشرة) :

وتقوم على خلق احساس بتغيير اللون على الرغم من عدم تغييره ماديا أو مزجه بأى لون آخر وينتج عن كل أو بعض العوامل التالية :

- تجاوز لونين مختلفين فى ال hue أو ال Value أو ال Chroma

- تأثير اللون الاسامى لخلفية اللون .

- تتابع الألوان والتدرج اللونى فى التصميم .

- مساحة المادة الملونة وخضوعها للزيادة والنقص اعتمادا على الانعكاس الى اللام

أو كليشيات لطبيعتها .

- طبيعة المادة الملونة من حيث نسيجها وتركيبها (٢٩) .

المبحث الثانى

التوظيف الصحفى للألوان

زاد استخدام الألوان فى الصحف (جرائد ومجلات) فى السنوات الأخيرة زيادة هائلة بحيث أصبحت القاعدة فى المجلات هى استخدام الألوان فى الصور وفى المتن وأصبح الاستثناء هو صدور مجلات غير ملونة أو صور (أبيض وأسود) فقط ، وبحيث أصبحت المجلات الآن تشكل السوق الأول لتسويق الصور الملونة ، وكذلك بدأ اللون يظهر بشكل كبير فى الصور المنشورة فى الجرائد التى تطبع بالطريقة البارزة ، وكذلك التى تستعمل منها طريقة الطباعة الملساء خاصة فى الصفحات المخصصة للصور أو فى الملاحق الأسبوعية التى تصدرها ، وترجع زيادة استخدام اللون فى الصحف بشكل عام ، والصور الملونة على وجه الخصوص الى عوامل عديدة أهمها :

أولاً : الدور الرئيسى الذى تلعبه الألوان فى الحياة الإنسانية : ذلك ان كل ما يحيط بالإنسان من ظاهرات سواء طبيعية أو صناعية لها ألوانها الخاصة المتميزة حتى أصبحت الألوان جزءاً لا يتجزأ فى تكوين الصور والأشكال التى يراها الإنسان طوال يومه ، كما أصبحت أساساً للتمييز والفرقة بين العناصر والأشكال المختلفة .

ثانياً : التطورات التكنولوجية فى وسائل وأجهزة واساليب فصل الألوان وتصحيحها وطباعتها وأتاح هذا الحصول على تفاصيل دقيقة وجادة فى الصور ، فهناك على سبيل المثال آلات تصوير حديثة تستطيع ان تلتقط صوراً للسلبيات الثلاثة (الأصفر - الأحمر - الأزرق) « التفاصيل فى الفصل الخاص بطباعة الصور الملونة » فى لقطة واحدة اذ هى مزودة بالمرشحات الثلاثة معاً بطريقة خاصة .

ثالثاً : زيادة استعمال الطباعة الملساء وتطوراتها المختلفة : التى أتاحت ظهور اللون فى الجرائد التى تطبع بها وكذلك زادت من جودته فى المجلات .

رابعاً : زيادة استعمال اللون في وسائل الاعلام المختلفة : التى تعتمد على الصورة كالسينما والتليفزيون خاصة بعد انتشار أجهزة التليفزيون الملون .

خامساً : الوظائف المؤثرة التى يقوم بها اللون فى الطباعة والتى تلعب دوراً هاماً فى نجاح استخدام الصورة كوسيلة اتصال بالجمهور لنقل مضمون معين بكفاءة وبفاعلية انجح من المادة المكتوبة بمفردها .

(ونرى على وظائف اللون فى الطباعة لان محور اهتمامنا الاساسى هنا هو ((الصورة الفوتوغرافية الملونة)) التى تكون فى النهاية مطبوعة فى جريدة أو مجلة أو داخل كتيب أو نشرة أو تقرير يعده رجل العلاقات العامة ، أو تصاحب اعلاناً داخل مجلة ، أو ملصق أو اعلان خارجى فى وسائل النقل كما سنرى فى البابين الخاصين ((بالصورة)) فى الاعلان)) و ((الصورة ككداة من أدوات العلاقات العامة)) .

وظائف اللون :

ومع تحديدنا وشرحنا لكل وظيفة يقوم بها اللون ، علينا أن نضع فى الدهن دائماً ان هذه الوظائف الخمسة متداخلة وتشارك جميعها فى تحقيق أهداف أى اتصال بصرى وهى : جذب الانتباه وتحقيق درجة من قابلية القراءة (الانقرائية) وامكان فهم الاتصال وخلق انطباع موات ، ويمكن تحديد وظائف اللون فى الطباعة فى الجواب التالية :

١ - اللون يجذب الانتباه Colour attracts attention :

وجذب الانتباه هو الوظيفة الاساسية للون وتقوم على أساس التباين - بإضافة لون ناصع الى صورة أو لوحة مطبوعة باللون الاسود تزيد درجة جذب الانتباه اليها ، وقد أظهرت الاختبارات النفسية ان عدد الناس الذين « ينتبهون » الى اتصال مطبوع يزداد باستعمال الالوان وعندما نقول « جذب الانتباه » فاننا نشير الى موقف يتضمن ردى فعل منفصلين من القارئ أو المشاهد :

الاول : هو انه قد تم جذبه .

والثانى : انه قد اثير اهتمامه - فى حالة اذا كان ما قد جذبه قد استولى على اهتمامه وكما قلنا يبنى جذب الانتباه على استغلال التباين : فلون واحد فاتح مع اللون الاسود يعطى تبايناً كبيراً ، ومن الممكن مثلاً استعمال ألوان باردة مثل الأزرق والبنفسجى والأخضر فى مواجهة الالوان الحارة أو الساخنة كالأحمر أو البرتقالى .

٢ - اللون يعطى تأثيرات سيكولوجية Colour produces psychological effects

وضع علماء النفس - بعد تجارب واختبارات نفسية تجريبية - عدة افتراضات عن تأثير بعض الالوان سيكولوجياً وعن الدلالات السيكولوجية التى تحملها وتفسير ذلك من وجهة نظرهم ان الالوان ترتبط لدى الناس بدلالات أو معان أو مغزى خاص : فمثلاً بسبب ارتباط الأحمر والبرتقالى والأصفر بالنار

والشمس تسمى بالالوان الحارة ويسبب ارتباط الازرق والبنفسجى والاخضر بالحر والسماء والخضرة يقال عنها انها الوان باردة (٢٩ ، ٣٤ ، 46 ، 57 ، 69)

ويعبر بعض خبراء علم النفس عن تلك الوظيفة اللونية بأنها وظيفة الاتصال بالقراء على اساس الرموز والايحاءات Symbolic communication ذلك ان احد التأثيرات الاساسية للالوان هو ما تثيره من افكار . . فكل لون يعبر عن فكرة او مجموعة من الافكار معتمدا على التجارب والخبرات السابقة للأفراد (٢٩) .

ولا تتفق نتائج البحوث التى يقوم بها العلماء والباحثون - بشكل كامل - حول التأثيرات السيكولوجية للالوان او الارتباطات التى يثيرها كل لون، وعلى الرغم من ذلك نجد اتفاقا على بعض القيم او الافتراضات الخاصة التى تثيرها بعض الالوان ، يجمع عليه عدد كبير من علماء النفس والفنانين ودارسى السوق Market researchers خاصة فى مجال الاعلان - فقد اشارت هذه الدراسات الى ان :

اللون الاصفر : يشير الى البهجة ، عدم الامانة ، الشباب ، الكراهية ، الجبن ، الابتهاج ، التفاؤل ، الربيع ، الاشراق ، اللعان .

اللون الاحمر : يرتبط بالحركة ، الحياة ، الدم ، النار ، الكراهية ، العاطفة ، الخطر ، القوة ، الولاء ، الشجاعة ، الغضب ، الاثارة .

اللون الازرق : البرودة ، الصفاء ، الهدوء ، السكينة ، الكبت ، الانقياض ، الحقيقة ، النقاء ، الرسمية ، العمق ، القيد .

اللون البرتقالى : يرمز للحصاد ، السقوط ، منتصف الحياة ، الوفرة ، النار ، الانتباه ، الحركة .

اللون الاخضر : قد يشير الى عدم النضج ، الشباب ، الربيع ، الطبيعة ، الجسد الطبع ، الفيرة ، الرخص ، الجهل .

اللون البنفسجى : (الارجوانى) يرتبط بالكرامة ، الولاء ، الاسف ، الياس ، الفن .

اللون الابيض : قد يرمز الى النظافة ، الخوف ، الشفقة ، المرض .

اللون الاسود : فيه الغموض ، القوة ، العزاء ، الثقل (٣٤ ، 57) .

ويرتبط هذا الاتصال او التواصل الايحائى او الرمضى الذى يخلقه استخدام الالوان بنقطة اخرى هى : تفضيلات القراء على اختلاف مستوياتهم للالوان وذلك ان الطبقات العالية الثقافة (على سبيل المثال) تفضل الالوان الهادئة ، اما الطبقات قليلة الحظ ثقافيا فتفضل الالوان البراقة او الصارخة (57 ، 69) .

فكل شخص وكل فئة تفضل الوانا معينة ولها تفضيلاتها الخاصة :

فالاطفال Infants يفضلون الازرق ثم الاحمر والاصفر والاخضر والابيض .

والصبية Children يفضلون الاحمر يليه الازرق والابيض والاخضر والبني .

أما الراشدون Adults فيفضلون الأزرق فالأحمر والأخضر والبنفسجي والبرتقالي .
وطلاب الكليات الجامعية College Students : يفضلون الأزرق ويليه
الأحمر والأخضر والأصفر والبرتقالي (57) .

لذلك ينبغي ضرورة مراعاة تناسب اللون المستعمل مع مضمون الرسالة
الإعلامية (موضوع صحفي) أو الإعلانية الموجهة ، وكذلك مع المرسل إليه ،
والجمهور القارئ ، أو المشاهد حتى لا تأتي الصورة الملونة المستعملة مثلاً أو اللون
المضاف إلى الصفحة بتأثير عكسي يفسد الهدف الأساسي من الرسالة .

٣ - اللون يطور ارتباطات بأشياء معينة Colour develops associations

نتيجة للتأثير السيكولوجي للون يصبح من الطبيعي أن يربط بعض الناس
ألواناً معينة بمنتجات أو سلع أو خدمات أو شخصيات أو علامات تجارية ، وهناك
بعض الارتباطات غير الواضحة التي قد تعطى تأثيراً غير إيجابي مما يستدعي
بحثها قبل اختيار اللون ، والحكم الشخصي في هذه الحالة لا ينبغي أن يوثق به ،
فاعلان عن نوع معين مثلاً من السجائر قد يفضل له اللون الأخضر مثلاً ، واللون
القرنفل قد يفضل عن الأزرق في اعلان عن أدوات التجميل (بوردرة للوجه مثلاً) ،
والخطأ قد يقع بسبب عدم وجود قاعدة ملموسة للاختيار (57 ، 69) .

٤ - اللون يخلق حالة من التذكر Colour creates retention

يميل العديد من الناس في وصفهم لشيء ما إلى الإشارة إلى لونه ، وهذا
بسبب أن اللون له قيمة تذكارية عالية ، لذلك ينبغي السيطرة على اللون واختياره
مسبقاً لأنه يساعد القارئ على تذكر ما شاهده (حسب تأثيره السيكولوجي) ،
- والمعلنون بالطبع - وكما سيرد في الباب الخاص بالإعلان - ينتمون عملياً
باسترجاع القارئ وتذكره لأنوان معينة وارتباط ذلك بمنتجات معينة لخلق نوع
من التعرف Identification على منتجاتهم والتمييز لخصائصها .

فارتباط اللون بأفكار أو بأشياء معينة يؤدي إلى نوع من التأثير على الذاكرة
ذلك أن واقعية اللون وحيويته وتأثيره النفسي يساعد في عملية التذكر والاسترجاع
والاستدعاء ، وقد تأكدت قيمة اللون كوسيلة للتذكر منذ بدء استخدامه في
الإعلان (٣٠ ، 57) .

٥ - اللون يخلق جواً مواتياً

Colour creates an aesthetically pleasing atmosphere

قد يقوم اللون بعملية جذب الانتباه للمشاهد أو القارئ ، ولكن ما لم يتم
هذا الجذب ويتطور إلى اهتمام من القارئ فلن يتفق هذا القارئ وقتاً
استيعاب الرسالة .

فإساءة استعمال اللون أسوأ من وجهة نظر القائم بالاتصال من عدم استعمال
أي لون على الإطلاق ، فالاختيار السيئ والاستعمال غير الجيد للون يمكن أن ينقلب
على القارئ مباشرة بعد أن يستثار انتباهه (57 ، 73) .

وينبغي أن يراعى المصور - عند اعتياده والتقاطه للصورة الملونة - وكذلك سكرتير التحرير (المخرج الصحفي) ، والطابع خاصة أثناء عملية فصل الألوان وتصحيحها أن يرتب وينظم عملية استعماله للألوان في النص المطبوع أو الصور بشكل يتفق مع القواعد الأساسية العامة للتصميم وهي : التوازن والتباين والتناسب والإيقاع والأنسجام (التناغم) والحركة .

التوازن : ويتحقق التوازن بالوضع المحكم للعناصر ، الألوان اللامعة تظهر أخف وزنا والألوان الداكنة أثقل وعندما نستعمل اللون الأسود يؤدي وظيفة لونين ، ينبغي أن يعطى اللون وزنا ضوئيا نسبيا حتى لا يجذب انتباهها غير مطلوب أن يتم جذبها ، والأجسام المعتمة الملونة ينبغي أن يكون استعمالها لتؤدي وظيفة الإبراز .

التباين : وتحقيق التباين ضروري لكي يكرن واضحا ، ويكون في الدرجات اللونية أفضل منه في الألوان نفسها ، ولهذا السبب فانه حين يستخدم اللون كخلفية فينبغي أن يعطى اهتماما بمعالجته حتى لا يجذب الانتباه من عناصر أخرى في المقدمة مثلا ، وإذا كانت العناصر الموجودة في التصميم قائمة ، فان الخلفية يجب أن تكون فاتحة والعكس صحيح .

التناسب : ويشير الى العلاقة بين الألوان ، والترتيب المناسب الذي يدعو الى التوازن السار : تكون فيه الألوان القائمة مع الفاتحة ، الألوان المعتمة أو الضعيفة مع اللامعة أو المشرقة .

الإيقاع : والاستعمال الإيقاعي للون يتحقق من خلال التكرار اللوني في نقاط متنوعة من القطعة المطبوعة ، فيمكن استخدام نقاط من اللون الثانوي بشكل مؤثر بهذه الطريقة لترشيد عين القارئ خلال الرسالة الملونة وتكرار لون معين يؤدي الى اختفاء الحركة والحيوية .

الوحدة : اللون - وايضا الشكل يستطيع أن يساهم في وحدة المادة المطبوعة والوضع السيء للعناصر يمكنه أن يمنع حدوث تأثير أو التفاعل الكلي للقارئ أو المشاهد مع الرسالة ، ويتسبب في نفثتها .

الأنسجام (التناغم) : وينتج الأنسجام من استعمال العناصر المختلفة للتصميم في توظيف اللون : كالتوازن والتباين والنسبة وتمزج الألوان بطريقة مريحة للعين ودون سيطرة لون معين على بعض الألوان في التصميم (٢٠ ، ٦٩) .

تفضيلات لونية

وقد كشفت الاختبارات النفسية عن بعض التفضيلات الشخصية للون :

اللون الأزرق مثلا لديه شعبية هائلة بسبب كونه اللون المفضل للرجال ويليها اللون الأحمر بسبب تفضيل النساء له .

وأظهرت الاختبارات النفسية أيضا ان النساء أكثر وعيا للون من الرجال ويميلن الى تفضيل الدرجات اللونية والألوان الأخف .

وتختلف تفضيلات لون معين عن آخر تبعاً للسن ، التعليم والموقع الجغرافي أو طبيعة المنطقة .

ويفضل الصغار الألوان اللامعة ، والأشخاص الأكبر يفضلون الألوان

الناعمة - وكذلك المستويات الأعلى تعليمية ، ويكون لهذه الاختيارات أو التفضيلات اللونية قيمتها إذا كان من يصمم هذا الاختيار النفسى يعلم شيئا عن الجماعة التى سيرجى إليها رسالته وقام بدراستها وعلم تفضيلاتها اللونية .

المصور .. والصور الملونة :

بالنسبة للمصور الصحفى أو أى مصور فوتوغرافى أى شيء يصوره بالأسود والأبيض يمكنه أن يصوره بالألوان ، ولكن السر الحقيقى للتصوير الملون - إذا كانت كلمة سر هنا صحيحة - يمكن فى اختيار الموضوع المصور تصويرا ملونا .

ويصنف البعض الصور الفوتوغرافية الملونة الى عدة أنواع أبرزها :

- الصور الجمالية أو المناظر الطبيعية وصور الحيوانات .

- اللقطات المثيرة التى تتضمن وقائع فى داخلها تفاصيل لونية جيدة مثل سباق للسيارات أو مباراة لكرة القدم ، أو احتفال بمهرجان معين مثل عيد وفاء النيل .

- صور المناسبات العظيمة التى لا تتكرر مثل : تنصيب زعيم جديد أو « البابا مثلا » والاستقبالات الرسمية ، أو الأعياد القومية ..

والصور الملونة فى الصحافة بشكل عام تتسم بأنها غير اخبارية أى لا ترتبط بتوقيت معين وتصاحب التحقيقات أو الموضوعات ، وتصلح لكى تصاحب الموضوعات العامة التى تنشر فى أى وقت ، فإى حدث ضخم عن تنصيب ملك أو ذكرى سنوية أو عيد قومى لبلد ما ، أو افتتاح خزان مياه جديد ، أو طريق للسيارات ، قد يكون له أهمية تاريخية يوما ما ، ولكن المصور الفوتوغرافى - خاصة المصور الحر الذى يعمل بالقطعة - قد يصوره اليوم ويحصل على بعض الصور وهى هنا - الشفافات الملونة - ويضعها فى أرشيفه الخاص - لاستعمال مستقبلى : فهى ترتبط بأعياد سنوية ، أو ذكريات سنوية لحدث ما ، أو تاريخ خاص بمنطقة أو شخص أو سيرة لشخصية مشهورة .. فنان .. مهندس .. أو فيلسوف عظيم .

لذلك فعلى المصور الفوتوغرافى الحر أن يكون على وعى بأهمية التصوير الملون ويعتبر كل تكليف - لأى موضوع صحفى - بمثابة موضوع يمكن تصويره بالألوان لأن الجرائد القومية ومعظم الوكالات على استعداد لالتقاط الصورة الملونة لكى تخزن فى الأرشيف فى كل المناسبات الهامة لأنها ستفيد يوما ما .

والمصور الصحفى الذى يعمل مثلا فى جريدة يومية عامة ينبغي أن يكون نهائيا للفرص وأن يحرص على أن يكون معه أفلام ملونة لمواجهة الأحداث ، فربما تسنح فرصة أمامه يدركها بحسه الصحفى ويلتقط فيها صورا تاذرة تصلح كصور غلاف Cover pictures لواحدة من الجرائد المتخصصة أو لمجلة ملونة ، أو للتخصصيين فى أرشيف الجريدة مثلا ويختلف استخدام الصور الملونة تبعا لنوع الجريدة أو المجلة ، وحجمها ، ومضمونها وجهورها وكذلك ميزانيتها .

فالجرائد اليومية الجادة ذات الحجم المعتاد Standard قد تخصص - إذا كانت تطبع بطريقة الطباعة اللسواء الأوفست - جزءا منها للصور الملونة أو

الفصل الخامس

تحرير الصورة الصحفية

عندما يلتقط القارئ نسخة من جريدة أو مجلة ، ويبدأ فى قراءة إحدى الصفحات وتلفت نظره صورة فيها، فانه يركز أولا على النقطة البصرية focal point للصورة : ثم يدقق فى الاجزاء الأخرى ، ثم يعود غالبية القراء بعد ذلك - وهذا افتراض مؤكد - الى الكلام أو التعليق المصاحب والشارح للصورة الذى يجيب على الأسئلة : من ؟ ماذا ؟ أين ؟ متى ؟ لماذا ؟ وكيف ؟ اذا لم يكن احد من هذه الأسئلة غير المجابة عليها نفسها مجابا عليه فى الصورة نفسها (55 ، ٢٦) .
واذا كان المحرر الصحفى الذى يقوم باعادة صياغة موضوع ما (Rewriter) أو الـ (Copy editor) يستطيع جعل هذا الموضوع اكثر جذبا لانتباه قرائه عن طريق استعمال العنوان الجذاب ، والمقدمة المثيرة والمتن التسلسل فان المحرر - وهو هنا محرر الصور Picture editor يستطيع ان يسأله زيادة درجة تقبل القارئ للصورة وفى استيعاب شكلها وفهم مضمونها عن طريق الكلام القارئ أو التعليق المصاحب لها الذى يستطيع ان يفسر ويشرح ويتوسع فيما تريد ان تنقله الصورة الى القارئ وقد يشير الى الشيء الواضح ذى المغزى 46

وكتابة الكلام أو التعليق أو الشرح المصاحب للصورة هى ما يطلق عليها عملية « تحرير الصورة الصحفية » أو الـ Picture editing ، ويعبر عنه فى الصحافة الاوربية والامريكية بأكثر من مصطلح يؤدى نفس المعنى .

- الـ Outlines وهو المادة الشارحة للصورة والموجودة تحتها .

- الـ Caption وهو العنوان الشارح أو المفسر الذى يوجد فوق الصورة ولكن كثيرا من المحررين الصحفيين يستعملون هذا المصطلح للإشارة الى السطور تحت الصورة

- الـ legend قد تشير الى متن الصورة أو عنوانها الموجود تحتها .

وهكذا يحتاج القراء الى كلام الصورة ليعرفوا من فى الصورة ؟ ومن أى شىء تدور ؟ فعلى الرغم من أن الجريدة أو المجلة - بطبيعة الحال - تنشر صوراً عديدة لرجال سياسة ورجال فن وشخصيات من المجتمع يمكن تمييزهم بسهولة بواسطة القراء ؛ نجد أن هناك قاعدة صحفية هامة تقول : لا تدع صورة فى الصحيفة بدون كلام أو تعريف حتى لو لم يتعد مجرد سطر واحد يحمل اسم صاحب هذه الصورة (48) .

ولا ينبغي أن يفترض المحرر - لانه لا يستطيع التأكد من ذلك - أن معظم قرائه يعرفون أو يمررون وجهاً معيناً لشخص ، أو صورة عامة لمكان ؛ ففى هذه الأيام التى يطالع فيها القراء صوراً ووجوهاً كثيرة كل يوم بل كل ساعة بل كل دقيقة على شاشات التلفزيون ، والسينما ، والملصقات ، وإعلانات الطرق ، وعلى صفحات الجرائد والمجلات ، يستطيع المحرر أن يقول أن قراءه يستطيعون تمييز

أربعة أنواع رئيسية : وهناك أربعة أنواع وأشكال رئيسية للكلام أو التعليق المصاحب للصورة هى :

١ - كلام أو تعليق يصف صورة هى جزء من قصة اخبارية تجرى أحداثها داخل الصورة ، وهنا ينبغي أن يكون مختصراً .. سطر واحد يكفى للتعريف وربما يكون هناك بعض من الكلام مقتبساً .

٢ - كلام يصف صورة تنشر فى صفحة ، وتنشر قصتها الاخبارية أو موضوعها الصحفى فى مكان آخر من الجريدة أو المجلة وهنا ينبغي أن يكون مفصلاً موسعاً ، وان يشار بشكل تذكيرى الى القصة الخيرية أو الموضوع والصور الاخرى اذا كانت موجودة .

٣ - كلام يصف صورة لا ينشر معها موضوع ، أى يكون هو التعليق الوحيد المصاحب لها ، لذلك ينبغي أن يكون شاملاً كاملاً يضم كل الحقائق التى تعبر عنها الصورة .

٤ - كلام يصاحب صورة تصف قصة اخبارية وليس هناك حقائق كافية بداخلها تجعلها تقف بمفردها - بدون صورة - وتصلح للنشر ، لذلك ينبغي التوسع والتفصيل فى كلام الصورة بحيث يكون وافياً وقد يضم اقتباسات من الاحاديث التى دارت بحيث يعرف القارئ بكل أبعاد الصورة (68) .

من يكتب كلام الصورة ؟

لا توجد قواعد ثابتة لذلك ، بل هناك تنوع من جريدة الى اخرى ومن مجلة الى زميلتها :

- قد يكون كاتب كلام الصورة هو المصور الذى التقطها .
- وقد يكون المندوب او المحرر الصحفى الذى كتب القصة الخبرية او الموضوع .
- وقد يكون احد المحررين الموجودين وقتها بصالة التحرير .
- وقد يكون سكرتير التحرير التنفيذى (الفنى) او (محرر الاخراج) .
- وقد يكون سكرتير التحرير المركزى (المراجع) الذى يقرأ الموضوعات ويضع لها العناوين وقد يعيد صياغة بعضها ، وهو غالبا ما يضيف او يحذف او يضغط ما يعتقد انه هام بالنسبة لموضوع الصورة .

وفى بعض الصحف تترك هذه المهمة - تحرير الصورة Picture editing لمحرر الصورة Picture editor الذى يتضمن عمله اختيار الصورة وتحديد الهام فيها وكتابة تعليقها او الكلام المصاحب لها ، وينبغى ان يكون على دراية واسعة بفن التصوير الصحفى الى جانب الخبرة التحريرية .

تحرير الصورة فن واسلوب :

كتابة كلام الصورة او تعليقها او تحرير الصورة الصحفية ، وما يشتمل عليه من زوايا عملية بالغة الاهمية ، اذ لا قيمة للصورة ما لم يكن كلامها كافيا ومعبرا عن مضمونها .

ويقول آلورد نورثكليف : أحد مؤسسى الصحافة الانجليزية الحديثة « ربما كان التحرير المصاحب للصورة من اشق الاعمال الفنية فى الصحيفة » ، ويتفق الدكتور عبد اللطيف حمزة مع اللورد نورثكليف فى هذا الراى ويضيف عليه قوله « ان التعليق لا يقف فى الصورة عند وصف ما فيها من الاشخاص ، او المعالم ، او المناسبات ولكن يجب ان يضيف المحرر الى هذا الوصف شيئا آخر ، فيضيف الى اسم صاحب الصورة مثلا انه عالم من العلماء المعدودين فى نوع محدد من العلوم ، او انه لاعب كرة ممتاز معروف بمهارته فى الاوساط الرياضية ونحو ذلك والكلام او التعليق المصاحب للصورة سواء كان Caption تحت الصورة ، او Outlines فوقها فينبغى ان يلتفت نظر القارئ الى مركز الاهمية فى الصورة بطريقة لا شعورية بحيث يشعر القارئ انه انما ينظر من تلقاء نفسه الى النقط الهامة فى الصورة التى يطالعها (٣٥) .

وهناك اجماع على ضرورة ان يتسم كلام الصورة : بالتركيز والدخول فى الموضوع مباشرة to the point ويتجنب العودة الى البداية الموجودة فى الموقف الخلقى .

ولكن هذا التركيز لا ينبغى ان يصل الى درجة الاخلال الذى يترك القارئ فى بعض الاحيان متعجبا من الموقف الوارد فى الصورة ولا يفهمه .

والاختصار شيء أساسي في كتابة كلام الصورة إلا أنه لا ينبغي أن يكتب في عبارات تلغرافية ، وقد يستدعي الموقف حذف بعض الكلمات الهامة التي لا تخل بالمعنى لكي تمضي القراءة هادئة .

وكلام الصورة يصف ويشرح ولكنه لا يعيد معلومات واضحة في الصورة ولا يكرر كلاما ورد ذكره في الموضوع المصاحب للصورة . فعلى ما تصاحب صورة قصة خبرية نجد أن وظيفة كلام الصورة هنا هو أن لا يعيد الحقائق الطويلة الموجودة في الموضوع ولكن ينبغي أن يضيف إليها ، وهناك قاعدة صحفية تقول : « إذا كان الخبر أو الموضوع يمكن أن يحكى في الكلام أو التعليق المصاحب للصورة فينبغي أن يكتفى به ويلغى الموضوع الأصلي » .

وينبغي أن يتسم أسلوب تحرير الصورة بتوافر عوامل الجذب والتشويق وحسن اختيار اللفظ المناسب ، المشتغل على أكبر قدر ممكن من التفسير ، وكثيرا ما يوفق محرر الصورة إلى أن يكتب تحتها حكمة من الحكم ، أو مثلا من الأمثال السائرة أو عبارة من العبارات الكثيرة الواردة على لسان صاحب الصورة المنشورة أو جملة من الجمل التي تعتبر من سمات شخصيته (46) .

ولا يتسنى لمحرر كلام الصورة ذلك إلا إذا كان على حظ من الثقافة والإطلاع في المجالات المختلفة : في السياسة وفي الأدب وفي التاريخ وفي الاجتماع و... . والوقوف التام على التيارات الموجودة في مجتمعه وعاداته وتقاليده وقيمته (٣٥) .

تعريف الأشخاص في الصورة :

تدور معظم الصور حول أحداث أو وقائع أو أماكن البطل فيها شخص واحد أو عدة أشخاص تحتويهم الصورة ، هذا عدا الصور التي تلتقط للأشخاص أساسا ، لذلك اتفق علماء ودارسو الصحافة على عدة طرق وأساليب - ليست جامدة بل تتسم بالرونة ، لتعريف القارئ بالأشخاص الموجودين في الصورة بشكل واضح ومفهوم ومركز ومقروء ويتحدد ذلك بعدد الأشخاص الموجودين في الصورة وموقعهم :

إذا كانت الصورة تضم شخصا واحدا : يصاحبها هنا أبسط أنواع كلام الصورة ، سطور تبين اسم هذا الشخص وعمله ، وهي كافية إذا كان هناك موضوع يصاحب الصورة ، وسوف تكون هناك حاجة إلى تفسير وتوضيح إذا كان الشخص الموجود في الصورة يؤدي شيئا لا يبدو واضحا بالنسبة للقارئ العادي .

إذا كانت الصورة تضم شخصين : إذا كان الشخصان من جنسين مختلفين فينبغي ذكر اسميهما بشكل واضح لنقول للقارئ من هو ؟ ومن هي ؟ وعندما يكون هناك رجلان أو فتاتان ، أو من جنس واحد ينبغي أن يعرف أحدهما بأنه في اليسار ، والقراء سوف يعلمون أن الشخص الآخر في اليمين ، وهذا يلغى كلمة غير ضرورية (اليمين) .

إذا كانت الصورة تضم ثلاثة أشخاص : وعندما يكون هناك ثلاثة أشخاص ،

حدد احدهم انه في اليمين والآخر في الوسط : واترك للقارئ ان يفهم ان الشخص الثالث في اليسار .

اذا كانت الصورة تضم اثر من شخص واكثر من صف : اذا كان هناك اكثر من شخص يكونون تقريبا صفا واحدا عرفهم من اليسار الى اليمين - حسب اتجاه عقارب الساعة - واذكر اسماءهم (هذا في الصحف الاجنبية حيث تقرأ من اليسار الى اليمين والعكس صحيح في الصحف العربية) .

وعندما يكون هناك اكثر من صف تستعمل طريقة - من اليسار وحسب اتجاه حركة عقارب الساعة ولكن قد يبدأ بكلمة بالامام او الوسط او الخلفية وعادة ما يبدأ بالصف الامامي لانه الذي يقع عليه بصر القارئ اولا .

واذا كان الاشخاص في شكل دائري : تكون كتابة كلام الصورة من اليسار وحسب اتجاه حركة عقارب الساعة ، لاعطاء الجودة والتركيز لأننا نختار مساحة تسقط عين القارئ منطقيا عليها .

اذا كانت هناك مجموعة صور : كيف تكتب كلاما لاكثر من صورة بجانب بعضها البعض ؟ هناك اختلاف حول ذلك : البعض يقول يكتب كلام او تعليق يصلح لاكثر من صور ويمتد بعرض هذه الصور وهذا قد يصبح اكثر افادة لانه يربط الصور المشتركة معا (48) .

ارشادات وملاحظات عامة في تحرير الصورة :

ويحدد كل من فلويد . ك . باسكت . ز . سيمسورز في كتابهما :
The art of editing بعض المبادئ العامة في تحرير الصورة الصحفية ويوجها الانتباه الى بعض الارشادات والملاحظات التي ينبغي على المحرر الصحفي او الشخص الذي سيقوم بكتابة التعليق او الكلام المصاحب للصورة ان يراعيها خلال عمله وأهمها :

١ - عدم ذكر الشيء الواضح ، فاذا كانت هناك فتاة جذابة او جميلة في الصورة ، فالحقيقة سوف تكون واضحة ، وقد تقول الصورة هذا الرجل يضحك ، هنا يصبح من الضروري ان يبرر كلام الصورة هذا الضحك .

٢ - لا داعي للتخمين او التحوير او الاستنتاج ، فالمحرر الصحفي قد لا يعرف عما اذا كان احدهم الذي يبدو في الصورة سعيدا .. مكتئبا .. او مضطربا (ما لم يكن ذلك واضحا) وذكره لذلك قد يصيب قراءه بالعجب والدهشة .

٣ - الأشياء « المحددة » افضل من « العموميات » ، فكتاب وزنه « ١٠ ارطال » افضل من « كتاب ضخيم » ، « رجل في السبعين » افضل من « رجل عجوز »

٤ - استعمال من « اليسار » افضل من « اليسار الى اليمين » فهي تؤدي نفس المعنى ولكنها مختصرة . فلا من اليسار ولا من اليمين ينبغي الافراط في استعمالهما ، واذا كان هناك ولد واحد من ولدين في صورة يرتدي زيا ابيض والآخر اسود فينبغي استعمال ذلك لتمييزه .

- ٥ - لان القراء يعلمون ان كلام او تعليق الصورة يشير اليها ، فلا داعى لعبارات مثل « مصورة او ظاهرة » او « الصورة المرفقة تبين » .
- ٦ - من اسوا الأشياء التى يمكن ان يقال عن شخص فى صورة ، القول انه ينظر ، فاذا كان ذلك هو كل ما يفعله فذلك غير ضرورى .
- ٧ - لا ينبغى ان تخدع القراء فسوف يعرفون ما اذا كانت الصورة المنشورة حديثة ام لا ؟ لذلك من الضرورى تحديد تاريخ التقاط الصورة ، واين التقطت ؟ ولكن لا داعى لتحديد كيف التقطت ؟ فغالبية القراء لا يهمهم معرفة الصعاب التى اضطر المصور ان يخترقها ليحصل على الصورة .
- ٨ - الزمن المضارع يعزز حالة الصور ، والزمن الماضى يستعمل اذا ذكر فى الجملة التاريخ ، واعطيت حقائق اضافية غير موصوفة فى الحركة فى الصورة . وقد يستعمل كلا الزمنين المضارع والماضى ، ولكن عنصر الزمن الماضى لا ينبغى ان يستعمل فى نفس الجملة مع زمن الفعل المضارع الذى يصف الحركة .
- ٩ - ينبغى التأكد من دقة كلام الصورة ، خاصة اذا كان المصور وكاتب كلام الصورة من خارج الجريدة ، ومن الافضل مراجعة الاسماء مرتين ، وقد تحدث اخطاء فى كلام الصور بسبب فشل المصور او المحرر او المندوب الصحفى الذى التقط الصورة لتصاحب موضوعه فى ان يكتب الكلام بشكل دقيق ، او ان يعطى محرر الصورة المعلومات الكافية او الدقيقة التى من خلالها يكتب كلام الصورة .
- ١٠ - كتابة كلام الصورة يتطلب عناية ومهارة كبيرة مثل كتابة القصة الخبرية او عنوان موضوع . فالقارئ ليس مضطرا الى ان يفك الغزا ، وفى نفس الوقت لا ينبغى الهجوم على القارئ بكلمات واضحة فى الصورة .
- ١١ - السطر الاخير ينبغى ان يكون كاملا او بالتقريب ، وعلى محرر كلام الصورة ان يعرف جيدا حجم الحروف والأبناط التى تستعمل فى صحيفته حتى يحدد ذلك اثناء كتابته .
- ١٢ - السخرية الشديدة والتهكم ليس لهما مكان فى الكلام او التعليق المصاحب للصورة .
- ١٣ - الكلام او التعليق المصاحب للصورة ينبغى ان يصف الحادث كما هو ظاهر فى الصورة وليس الحادث فى حد ذاته فلسوف يصاب القراء بالحيرة اذا وصف كلام الصورة حركة لا يشاهدونها فعليا فى الصورة . ولكن فى بعض الحالات قد يكون الشرح لما هو غير ظاهر مقنعا ففى حالة الصورة التى توضح لاعب كرة قدم يقفز عاليا ليحصل على كرة نجد ان القراء يريدون معرفة اسم اللاعب الذى القى اليه بالكرة .
- ١٤ - بسبب مرور وقت بين التقاط الصورة وبين مشاهدة القارئ لها ، ينبغى توجيه الاهتمام الى « تحديث » المعلومات الموجودة فى تعليق او كلام الصورة .

فمثلا عندما تلتقط صورة لثلاث جثث اكتشفت في حطام طائرة ،
وحدثت تطورات بعد التقاط الصورة ، واكتشفت جثتان جديدتان - قبل
نشر الصورة - ينبغي ان يتضمن كلام الصورة الجديد في الحدث .

١٥ - عناوين الاشخاص هامة في الصور المنشورة في الصحف المحلية وقد
لا ينطبق هذا في مصر لقلة عدد الصحف المحلية في الاحياء او المدن او
القرى بل وانعدامها تقريبا وقد تكون مساعدة في حل مشكلة واذا ظهر
اطفال صفار فينبى تمييزهم بذكر اسمائهم ، اعمارهم ، اسماء الآباء ،
العناوين .

١٦ - اذا كانت الجريدة او المجلة قد انفردت بهذه الصور المنشورة ، فينبى
ذكر اسم المصور Credit-line في الكلام او التعليق المصاحب
للصورة ، مع وصف موجز - محتمل - لكيفية حصول هذا المصور على
الصور (على سبيل المثال في حرب أكتوبر طار مكرم جاد الكريم المصور
باخبار اليوم مع المحرر العسكري صلاح قبضايا الى عدن والتقط اول
صور مضيق باب المندب بعد اغلاقه) ، وفي صفحات الصور التي تحتوى
على مادة المتن ينبغي ان يوضع اسم المصور بشكل بارز مثل اسم الكاتب .

١٧ - على الرغم من ان الصور عادة ما يصاحبها كلام او تعليق فان صور بعض
المناسبات الخاصة او الاحتفالات في بعض الاحيان تظهر بدون كلام او
تعليق اذا كانت المعانى واضحة من الصور نفسها . فليس كل من ينظر الى
الصور سوف ينظر ايضا الى الكلام او التعليق المصاحب للصورة ، فكثير
من القراء يشبعون غريزة حب الاستطلاع عندهم بالنظر الى الصور فقط .

١٨ - عند كتابة سلسلة من كلام او تعليق لسلسلة من اللقطات المتصلة ، ينبغي
استعمال تعليق واحد لكل صورة ، متبرع بترقيم (١) - ، (٢) - ، (٣) -
و . . . و . . .

١٩ - العنوان الموجود فوق كلام الصورة او تعليقها ينبغي ان يقود القارئ الى
الحدث المبين في الصورة وتساعد لفهم معنى الصورة وقد اشارت
بعض الدراسات الى ان القراء يحصلون على تفسيرات اقل خطأ من موضوع
الصورة عندما يكون على الصورة عنوان منسوب بشكل جيد (48) .

الخطأ .. فى كلام الصورة :

ويحدد الاستاذ جلال الحمامصي فى كتابه « الصحيفة المثالية » الأخطاء
التي تشا فى عملية تحرير الصورة او كتابة كلامها ويرجعها الى الحالات الآتية :

١ - قيام كاتب هذا الكلام باعداده بدون لقاء نظرة على اصل الصورة والحل
هو ان تكون هناك صورة احتياطية يحتفظ بها المحرر وان كان من الافضل
ان يكتب الكلام قبل ارسال الصورة الى ورشة الحفر .

٢ - عدم مراجعة الكليشيه - الصورة محفورة على لوح من الزنك - على كلام
الصورة اعتمادا على الذاكرة . والحل : هو الاعتماد عليها ابدا .

٣ - فشل المصور أو المندوب الصحفي في الحصول على كافة المعلومات اللازمة بعد التقاط الصورة مباشرة .

٤ - وضع كلام صورة تحت صورة أخرى . والحل : الا يثق المحرر ثقة كاملة بعامل توضيب الصفحة بل ان الدقة تتطلب المراجعة الدقيقة من جانب المحرر .

٥ - ان يكون كلام الصورة طويلا ومزدحما بعدة افكار والحل : جعل كل كلمة حاوية لفكرة واحدة .

٦ - ازدحام الصورة بالاشخاص قد يسبب تعثر وازدحام في كلامها لن يتحملة القارى لأنه سيبدل مجهودا في تتبع وفهم شخصيات الصورة .

٧ - ان يكون كلام الصورة منافيا لبعض الوقائع الواردة في القصة الاخبارية المتصلة بالصورة وينشأ هذا النوع من الاخطاء بسبب ان كاتب كلام الصورة يضيف اليه وقائع غير لازمة والحل : ان يكون محرر كلام الصور هو محرر الموضوع نفسه ، واذا لم يتوفر فعلى محرر الكلام ان يقرأ الموضوع جيدا . (١٨) .

كيف يكتب اسم المصور ؟

في الصحف (جرائد كانت او مجلات) يكتب اسم المندوب او المحرر الصحفي او الجهة التى اعدت هذا الموضوع - وكالة انباء مثلا - وهو ما يسمى بالـ By-line او اسم كاتب الموضوع وقد يوضع اول الموضوع او وسطه او آخره .
ويحدث ذلك ايضا بالنسبة للمصور الصحفي ، سواء اكان المصور الخاص بالجريدة ، او المجلة او المصور الحر ، او الوكالة الخاصة بالمصور او المجلة او المطبوع المنقول عنه الصورة حيث يكتب اسم مصور الصورة وهو ما يعرف بالـ Credit Line

- قد يوضع بمفرده وقد يكون داخل اطار (Box)
- مع محرر الموضوع ويقال مثلا : (تحقيق : وتصوير :)
- قد يقال (عدسة :) .
- قد يوضع تحت الصورة ، او وسط الموضوع ، او فى نهايته ، او بدايته .
- اذا لم يكتب اسم المصور تحت الصورة ، فتنسب لطاقت التصوير بالجريدة .
- اذا كانت عن طريق وكالة انباء او وكالة للصور والرسوم ينسب اليها ، وكذلك اذا كان المصور من خارج الجريدة .
- وعادة ما يكتب اسم المصور Credit-line بشكل منفصل عن كلام الصورة ومن حروف مختلفة الحجم واللون .

شكل .. كلام الصورة :

يكتب كلام الصورة ويوضع داخل الصفحة بجانب الصورة . او فوقها ، او اسفلها واحيانا قد يكون هذا الكلام عنوان قصير يعلوها مباشرة ، او يوضع فوق الصورة نفسها .

ويجمع هذا الكلام عادة من نوع حروف المتن المجاورة له مع استخدام حرف (ينط) اكبر قليلا لخلق نوع من التنويع والجذب .

اما عنوانه فيجمع من حروف اثقل واكبر .

واحيانا يستغنى عن هذا العنوان ويستعاض عنه بجمع الكلمات الاولى من كلام الصورة من حروف تتميز عن سائر الكلام بثقلها او كبر حجمها وبعض الصحف تتفنن في عرض كلام الصورة فتجمعه في الفراغ المتخلف من قطع جزء غير هام منها وبذلك يضم الصورة وكلامها حيز واحد .

وبالنسبة لطريقة اخراج وتوضيب (شكل كلام الصورة) ينصح الدكتور احمد حسين الصاوى - يالا تستخدم في جمعه حروف تكون من الثقل او كبر الحجم بحيث يطفى الكلام على الصورة نفسها ويحول اهتمام القارئ عنها ، وعندما يكون اتساع الصورة بين عمود وثلاثة اعمدة ، فان كلامها يمكن ان يمتد على طول هذا الاتساع ، اما اذا كانت الصورة باتساع اربعة اعمدة او اكثر فلا ينبغي ان تمتد سطور الكلام بطولها بل يجب تقسيمه الى اعمدة تفصل بينها فواصل طويلة او مسافات بيضاء لان الاسطر التي تمتد على اكثر من ثلاثة اعمدة تتعب العين وتصعب القراءة ، ويلاحظ كذلك ان يمتد كلام الصورة موازيا لعرضها تماما اى اضيق قليلا من اتساع العمود او الاعمدة المخصصة للصورة (١٦ ، ١) .

الفصل السادس

اخراج الصورة الصحفية

الخراج (Mise en page, Make-up) : بشكل عام هو عملية تصميم وتنسيق وتوضيب صفحات الصحيفة (جريدة أو مجلة) المختلفة ، ويشمل ذلك اختيار الموضوعات وتحديد الشكل أو الحيز الذي سوف تظهر فيه ، وحجم ونوع العناوين والتمن ، والصور والرسوم المناسبة ، وعلاقة هذه العناصر بعضها ببعض ،

وذلك لتحقيق هذه الاهداف :

١ - تمييز الصحيفة وتحديد شخصية لها تختلف عن الصحف الاخرى المنافسة لها .

٢ - جذب المشتري - القارئ - الى الصحيفة بشكلها الفنى المميز .

٣ - التاكيد على الاهمية النسبية لبعض الموضوعات والصور الميثورة .

٤ - تحقيق التنوع والمظهر الفنى الجيد ، وازالة الرتابة والملل منها (٤٨) .

اما اخراج الصورة فالمقصود به : هو تحديد الشكل الفنى الذى تظهر به الصورة فى الصحيفة ، من حيث موقعها فى الصحيفة ، ومكانها داخل صفحة معينة ، واسلوب العرض او طريقة التقديم : هل على $\frac{1}{4}$ عمود ام على عمود ام اكثر ؟ هل هى مربعة او مستطيلة ام باركان دائرية ام مفرغة (ديكوبية) ؟ هل سوف تحذف اجزاء منها ام سوف تكبر او تصغر هل سوف تضاف الى صور اخرى لتكون صورة جديدة ذات تأثير اقوى ؟ ام ستمزج برسوم ؟ او عنوان او عدة عناوين ؟ وارجاع الصورة الصحفية لا يقل اهمية عن اخراج العنوان او متن الموضوع (النص) بل قد يحتاج الى مهارة وخبرة اكثر .. فان تكبير صورة جيدة (على سبيل المثال) قد يحقق لها للوصول الى قلب القارئ بسرعة والتأثير فى ذهنه ويظل يذكرها طويلا اكثر من مقال كبير ، كذلك فان تصغير حجم الصورة ليتناسب مع اخراج الصفحة له اهمية ايضا (١٦ ، ٢٨) .

وتختلف الصحف فى طريقة تناولها للصور باختلاف أسلوبها فى الإخراج وسياسة تحريرها وتفاوت إمكانياتها الفنية والمادية وكفاءة جهازها التحريرى والإخراجى . فان الصحف المحافظة إخراجا وتحريراً تتميز عامة بقلّة الصور وصغر حجمها ، ومن الصحف - خاصة الصحف الشعبية والصحف النصفية (التابلويد Tabloid) المتخصصة كالرياضة مثلاً - ما تبالغ فى نشر الصور سواء من حيث الحجم أو العدد (١٦) أو طريقة العرض أو الإخراج فى صفحات الجريدة المختلفة .

خطوات إخراج الصورة الصحفية :

عملية إخراج الصورة الصحفية عملية مستمرة تشمل أكثر من مرحلة متفاعلة مرتبطة معاً : اختيار الصور الصالحة للنشر ، تحديد موقع الصورة التى تصاحب موضوعاً معيناً داخل الصفحة ، وكذلك تحديد الحجم والشكل الذى سوف تظهر به الصورة .

أولاً : اختيار الصورة الصالحة للنشر :

وتبدأ عملية إخراج الصورة فى الصحيفة ، باختيار الصورة الصالحة من الناحية الفنية للنشر ، ويعتمد ذلك على النظر إلى الصورة على أنها وسيلة من وسائل الإعلام الداخلة فى نطاق الفن التطبيقى لا الفن الجميل - أى أنها ليست وسيلة جمالية - فالقيم الجمالية المجردة التى قد تهم المصور الفنان وتجعل من الصورة بالمفهوم التشكيلى لها وطبقاً لقواعد التكوين الفنى - لوحة فنية متكاملة قد تصبح بالنسبة للمصور الصحفى - والمخرج الصحفى بعد ذلك - تجميلاً سافلاً فيه وتزييداً لا داعى لوجوده بل لابد من الاستغناء عنه حتى يتركز الاهتمام فى القيمة الصحفية للصورة دون غيرها .

والى جانب الشروط الصحفية التى ينبغى أن تتوافر فى الصورة كالحالية أو الوقتية والجده ، أو العنصر الإنسانى ، أو الصراع ، أو عنصر الشهرة ، أو الاهتمام الجماهيرى ؛ أو المتابعة لحدث ما ، أو كل هذه العناصر مجتمعة أو بعضها ، هناك مجموعة من الشروط والمتطلبات الفنية التى ينبغى توافرها فى الصورة لكي تجد مكانها للنشر فى الصحيفة وأهمها :

- الحيوية والوضوح فى الصورة ، خاصة فى التفاصيل الدقيقة فبدون ذلك لن تتم عمليات حفر الصورة وتوضيحها وطباعتها بعد ذلك بنجاح .
- أن يتميز سطحها باللمعان الذى يعكس أكبر قدر من الأشعة ، ويوجد تباين بين أضوائها وظلالها ، وليس المقصود بالتباين هو مجرد تجاوز المساحات البيضاء والمساحات السوداء ، وإنما المقصود هو تدرج الظلال تدرجاً دقيقاً مع قدر من التفاوت بين البياض والأسود . وذلك لإبراز ملامح الوجه وتفاصيل الأشياء المختلفة كالأبنية والملابس وغيرها ، ولكن التباين الشديد بين الأضواء والظلال لا يؤدى إلى صورة واضحة ، والمخرج الصحفى يفضل عادة الصور ذات الدرجات المتوسطة على الصور السوداء الداكنة ، والصور الباهتة تعطى نتيجة سيئة عند الطبع لأنها تمر بعمليات نقل كثيرة كما أن الشبكة - وهى أحد الأدوات المستعملة فى عمليات تحويل الصورة الفوتوغرافية إلى كليشية وستعرض له خلال الفصل القادم - تقوم باضعاف سطحها .

● ان تكون الصورة بحجم اكبر من الحجم الذى ستنشر به فى الصحيفة حتى يتم تجنب ظهور العيوب التى قد تكون موجودة كالخدش مثلا (بعد عملية التصغير) . (١٣ ، ١١ ، ٥)

واختيار الصور الصالحة للنشر عملية مشتركة منسقة قد يشترك فيها جهازا التحرير والاخراج بالصحيفة من رئيس التحرير أو مدير التحرير أو رئيس القسم أو المحرر المسئول ، مع الصور بالتشاور مع سكرتير التحرير (المخرج الصحفى) .

ثانيا : تحديد موقع الصورة فى الصفحة :

وهو المكان الذى تشغله الصورة أو الصور التى تم اختيارها للنشر فى الصفحة معينة ، ويتم الاتفاق على هذا الاختيار بين المحرر المسئول وسكرتير التحرير التنفيذى والفنى ، أو محرر الاخراج أو المخرج الصحفى وذلك لكى ، لا يكون هناك تباعد بينها وبين موضوعها الصحفى ، أو ان يكون موضوعها أو مضمونها متناقرا مع طبيعة الصفحة كأن تنشر صورة خارجية بحثه فى صفحة الاخبار المحلية أو العكس .

لذلك يبرز دور سكرتير التحرير التنفيذى (محرر الاخراج أو المخرج الصحفى) فى التنسيق والربط بين الصور والموضوعات والصفحات والأبواب الملائمة لها .
وهناك أكثر من شكل يمكن ان توضع فيه الصور بالنسبة لموقعها من الموضوع :

- يمكن وضع الصور فوق عنوان الموضوع .
- يمكن وضع الصور تحت عنوان الموضوع ولكن بشرط الا تفصل العنوان عن باقى الموضوع .
- يمكن وضع الصور تحت عنوان الموضوع ولكن بشرط الا تفصل العنوان عن باقى الموضوع .
- يمكن وضع الصور اسفل الموضوع ولكن لايلجأ المخرج الصحفى الى ذلك الا اذا كان عدد الصور المرافقة للموضوع كبيرا ، بحيث يصعب وضعها كلها فوق العنوان أو تحته أو على جانب الموضوع ، ولايجوز وضع الصور بحيث تقطع الكلام (٥) .

ثالثا : تحديد حجم وشكل الصورة :

الصور الفوتوغرافية - كمادة صحفية مصورة - مثلها مثل أى مادة صحفية مكتوبة مثل القصص الاخبارية أو المقالات فى الجرائد والمجلات بعضها قد يتميز بالاطناب والاسهاب والتطويل ، والبعض قد يكون مكتوبا بشكل مقتضب ، قد يكون زائدا وقد يكون مختصرا بشكل يخل بالمعنى ولا يوضحه ، لذلك ينبغى - مثلها فى ذلك ايضا مثل المادة الصحفية المكتوبة - ان يعاد تحريرها - صياغتها - لتقول فقط ما ينبغى عليها أن تقوله ، وتؤكد على معنى معين وتبرزه ابرازا مطلوبا ، ويجوز ان يحذف جزءا معيننا زائدا أو يكبر جزءا آخر منها لتلائم المساحة () وهكذا يمكننا ان نقول ان عملية اعادة الصياغة فى المادة المكتوبة تقابلها عملية تحديد حجم وشكل الصورة الفوتوغرافية فى المادة المصورة .

لذلك فنادرًا ما يكون حجم الصورة المطبوعة مساويًا للأصل في الحجم : قد تكبر أو تصغر ، وتحديد الحجم النهائي للصورة يتوقف على عدة عوامل أهمها :
مضمون الصورة ودلالته ، فإذا كان المضمون قويًا وله قيمته الإخبارية استوجب ذلك أن تكون الصورة كبيرة بل إنها قد تصل إلى نصف صفحة أو صفحة كاملة ،
عند تولية ملك أو رئيس جمهورية جديد أو مقتل زعيم عالمي الشهرة أو ثوب جديد أو غير ذلك .

وقد تصغر الصورة ، ولكن هناك حد أدنى لصغر الصورة . فإذا كان عرض الوجه لصورة شخص يقل عن سنتيمتر وجب الاستغناء عنها لأنها لا تعطى نتائج طبية ولا توضح معالم الوجه بأي حال . والقاعدة المتبعة عادة هي أن تكون الصورة كبيرة واضحة المعالم والتفاصيل ثم تصغر إلى المساحة المطلوبة (69) .

وأساس تحديد حجم وشكل الصورة الصحفية هو عملية الـ Cropping والتي تعني . « عملية تحرير أو حذف أجزاء من الصورة الفوتوغرافية لزيادة الاهتمام وتغيير النسب (67) » .

كما قد تعني « عملية التقطيع الرمزي (الجمالي) للصورة الأصل لحذف الأجزاء الزائدة عندما تكون على لوح الزنك (الكليشه) على آلة الطبع () »
وتؤدي عملية الـ Cropping وظيفتين هامتين الأولى تتصل بالمضمون والثانية بالشكل :

الأولى : التي ترتبط بالمضمون ، هي حذف الأجزاء غير الهامة أو التي تبعث على الاضطراب في الصورة . على سبيل المثال لقطة لوجه شخص يمكن أن تشمل في الأصل اكتاف الشخص ومساحة كبيرة خلفه وفراغًا كبيرًا يحيط بالرأس ، ولكن تأثير الصورة بعد طباعتها سيكون أفضل إذا كان هناك تركيز فقط على تكبير الوجه ، مع حذف أو الغاء أو عزل الأشياء الزائدة غير الهامة مثل الاكتاف أو الخلفية .

والثانية : التي تتصل بالشكل تهدف إلى التنويع في نسب طباعة الصورة من طريق القطع المميز في بعض جوانب الصورة لتحقيق نوع من التنويع والتشكيل في التكوين الفني للصورة من طريق التركيز على زوايا هامة (69)

كيف يتم تحديد حجم الصورة ؟

أولا الطريقة الجسائية :

الصورة الفوتوغرافية عبارة عن مستطيل له أربعة أركان ، فإذا كانت الصورة بعرض ١٠ سم وطولها ٨ سم ، وثريد أن تكون بعرض ٥ سم عند الطبع ، فكم يكون طولها عندئذ () لان المستطيل عادة يتشكل بواسطة العلاقات بين جوانبه (أركانه) نجد أن الصورة التي عرضها ١٠ سم وطولها ٨ سم ، هي نفس الشكل بعد تصغير الصورة بالطبع لمستطيل عرضه ٥ سم وطوله ٤ سم . ويمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة التالية :

$$\frac{\text{عرض الصورة الأصلية}}{\text{طول الصورة الأصلية}} = \frac{\text{عرض الصورة المطبوعة}}{\text{طول الصورة المطبوعة}}$$

باختصار اذا عرفنا طول وعرض الصورة الأصلية ٥ سم و ٢ سم مثلاً ،
وأردنا معرفة طولها اذا كان العرض ١ سم فسيكون الوصول الى ذلك عن طريق .

$$\frac{٥}{٢} = \frac{١}{x} \quad \text{طول الصورة المطبوعة} = \frac{١ \times ٢}{٥} = \frac{٢}{٥}$$

واذا كان طولها ٤ سم فسيكون الوصول الى العرض عن طريق :

$$\frac{٥}{٢} = \frac{٤}{x} \quad \text{عرض الصورة المطبوعة} = \frac{٤ \times ٥}{٢} = ١٠$$

ثانياً : استعمال بعض الأجهزة الهندسية :

وهذه الأجهزة نستعمل لتحديد أبعاد الصورة عند الطباعة ، وبالرغم من أن عدداً صغيراً جداً من محرري الإخراج حتى في الخارج هم الذين يستعملونها بسبب عدم انتشارها وعدم تعود الآخرين على استعمالها حيث لم يتدربوا عليها تدريباً كافياً لتعلمها إلا أن من السهولة استعمال طريقة عملها وفهمها . بل يرى بعض العاملين في مجال الإخراج أن ذلك يمكن أن يتم خلال ساعتين أو خمس ساعات على الأكثر تحت رعاية محرر الصورة . ولا يستعمل هذا النوع الذي نعرض نموذجين له بشكل شائع في الصحافة المصرية .

١ - المسطرة الحاسبة (The Slide Ruler) :

وتستعمل لبيان نسب التكبير والتصغير للمراد الصورة (الصورة والرسوم) نجد فيها جزءاً في المركز ينزلق الى أي موقع . وإذا واجه بعداً في بعضها ، يمكن إيجاد البعد الرابع غير المعروف والذي يواجه البعد الثالث المعروف أيضاً الى جانب البعدين الأول والثاني المعروفين . . الطول والعرض مثلاً

٢ - العجلة الحاسبة (The Circular Scaler) :

وتعمل مثل المسطرة الحاسبة ، الدائرة الداخلية تدور حتى يواجه بعدان بعضهما الآخر ، أما البعد غير المعروف فهو الذي يواجه مباشرة البعد الثالث المعطى وكما هو مبين هنا عندما تشير العجلة أن صورة ما بعديها ٨ ، ١ سم سوف تصغر الى ٤ ، ٥ سم فما معنى ذلك : معناه أن التصغير سيكون بنسبة ٨٠٪ (69)

ويضم هذا الجهاز دائرة خارجية ودائرة داخلية ، وتشمل الدائرة الخارجية (عادة بيضاء) أرقام متدرجة (مقاييس) تبين الحجم الجديد المطلوب لطباعة الصورة Reproduction وهذه المقاييس تتحرك الى أعلى وأسفل نسبياً ، وتعطى أبعاداً دقيقة في ثوان . وفي داخل الدائرة الداخلية مقياس يبين نسبة الزيادة أو النقص في حجم الصورة الأصل ، و ٥٠٪ تصغير مثلاً يعني أن الصورة تفقد نصف حجمها عندما تطبع ، وإذا كانت صغيرة من الأساس فسوف تفقد جزءاً كبيراً من حجمها و ٥٠٪ تعني أنها سوف تصبح صغيرة جداً في الصحيفة عند النشر

بدرجة لن يصبح لها معنى ، و ٢٠٠٪ تكبير يعنى أن الصورة سوف تكون مضاعفة في الحجم مرتين عند النشر ، وهذه الزيادة في الحجم سوف تجعل هناك اختلافا قليلا في الصورة الحادة الواضحة ، ولكن اذا كانت الصورة غير واضحة أو غامضة أو مشوشة ، فهذه العيوب أيضا تكبر وتبدو ضخمة في عملية الطباعة . وهنا تتدخل خبرة سكرتير التحرير أو محرر الصورة Picture editor وتجعله يتوقع شكل الصورة بعد التكبير أو التصغير (69) .

وهكذا نرى أن هذين الجهازين (المسطرة الحاسبية - العجلة الحاسبية) يقدمان اجابات رياضية جاهزة . ويعملان بنفس الطريقة : ومن أجل اكتشاف بعد رابع مجهول في حالة معرفة ثلاثة أبعاد طول وعرض . . وعرض (نجد أن اثنين من الأبعاد محددان كل في مواجهة الأخر على الجهاز ، بينما البعد غير المعروف (المجهول) محدد بعد ذلك مباشرة في مواجهة البعد الثالث المعروف (48)

ثالثا - الطريقة الهندسية :

وهو أسلوب غير دقيق وإن كان هو الشائع - ويستعمل في أوقات كثيرة لإيجاد طول الصورة بعد تصغيرها أو تكبيرها . وتتخلص هذه الطريقة في توصيل ركني الصورة (إذا كانت كبيرة) ثم إسقاط عمود من النقطة التي تحدد العرض المصغر على الوتر الموصل بين ركني الصورة فيكون طول العمود الناتج هو طول الصورة المصغرة المراد معرفته . ويستعان بورق أكبر عند عملية التكبير (69) وهناك نسبة يونانية يقال عنها أنها أحسن النسب شكلا للصور وهي ٥ درجات عرض إلى ٣ درجات ارتفاع (46)

لغة الشكل في الصورة :

عند أعداد الصورة قنيا قبل عملية الطباعة - أثناء عملية اخراج الصورة - يمكن لسكرتير التحرير أو المخرج الصحفي أن يستخدم أشكالا قنية مختلفة لعرض الصورة بمفردها أو مع خلفيات لها أو بتصغيرها أو تكبيرها أو مزجها مع صور أو رسوم أخرى من أجل التعبير عن معان كثيرة :

- فالصورة قد تستخدم أرضية لعنوان لتأكيد وتوضيحه ، ومن الصورة يفهم الموضوع كأن يوضع عنوان ليقول « السيطرة على دودة ورق القطن » وأرضية العنوان صورة لفلاحة صغيرة تلتقط الدودة .

- وهناك الصورة المهزوزة والتي توضع بقصد ، مثل سيارة تحاول أن تسابق الريح . والصورة الممزقة التي تصلح لموضوع عن الأسرة المفككة الأب في واد والأطفال في مأساة .

- أما الصورة الديكوبية (المفرغة) قد يكون هدفها إبراز الوجه مثلا إذا كانت كل الصورة مفرغة ، ولكن قد يكون التفريغ في جزء من الصورة في الرأس مثلا أو الأرجل وهذا التفريغ الإبراز وجده (يسمى Vignitte) (69)

- وقد تكون : الصورة مقلوبة وهو أيضا لتأكيد فكرة ما .

- وقد أبطلت الصحف الآن الصور المترجمة والمقاة باهمال يقصد الإثارة ، وإن كانت بعض الصحف الفرنسية مازالت تستعمل هذه الطريقة .

— وقد تركيب الصور بعضها بجوار بعض أو فوق بعض ومتداخلة (عملية الفوتومونتاج) والمخرج الصحفي الذكى هو الذى يستخدم الصورة الجيدة بعد أن يحذف منها الأجزاء غير الهامة لإبراز المطلوب إبرازه وحذف كل الحواشى الزائدة وقد يغضب ذلك التصرف فى الشكل أثناء اخراج الصورة المصور الصحفي الذى يصور لقطته متكاملة من الناحية الفنية الخالصة . ولكن الإضافة الفنية — وهنا تتم بالحذف — تعطى ذلك الذى يسمونه بلغة السينما والتلفزيون Close-up التركيز (٢٨) .

— وهناك نوع من الصور المزدوجة أو التى تدوج وتزاج بين الكارتون Cartoon والصور الفوتوغرافية فى إطار واحد ، بحيث ينتج من تباينهما من حيث كثافة عمق الظلال ، والمفارقة بين خيال الكارتون وواقعية الصورة الفوتوغرافية : عملية شد لبصر القارئ وإبراز لكلا النوعين من الصور . وتستخدم هذه الصور المزدوجة فى الحملات الإصلاحيّة التى تستهدف لفت نظر المسؤولين الى بعض المساوئ العامة . فتكون الصورة — مثلاً — لجسر تأكلت أرضيته والكارتون لشخص تهاوى تحت قدميه جزء من هذه الأرضية . وذلك لحث المسؤولين الى العمل لإصلاح هذا الجسر .

وكثيراً ما تستخدم الصحف لهذا الكارتون شخصية رمزية تكرر استخدامها فى مختلف الصور .

كيف تخرج صفحات الصور ؟

وليس المقصود بذلك تخصيص صفحة كاملة للصور ، فليست كل الصحف تخصص صفحات كاملة للصور ، ولكن كل صحيفة تخصص مساحة معينة ينشر فيها الصور بشكل أساسى ويكون المتن (المادة المكتوبة) عنصراً مساعداً ، وتعدد أشكال صفحات الصور :

— البعض يخصص صفحة كاملة للصور بدون متن

— البعض يخصص جزءاً من الصفحة للصور والباقى لمادة المتن

— البعض تخصص صفحات تضم صور لا شئ يربط بينها سوى انها مجموعة من الصور (مثال لذلك بعض الصحف التى تخصص صفحة أو صفحتين متقابلتين للصور التى تخصص « الكاميرا تقول » « صور اليوم » .. « صور الأسبوع » .. « جولة الكاميرا » ، ويلاحظ أن الصحف العربية تخصص جزءاً من الصفحة الأخيرة للصور ، جرياً على عادة أو تقليد وضعت جريدة الاهرام المصرية) .

— البعض يخصص صفحة لسلسلة أو مشهد من الصور المتعاقبة عن حدث معين (صور تبين حادث سقوط أتوبيس الهرم فى النيل ، مطاردة رجال البوليس الفرنسى للمجهولين الذين اغتالوا ممثل منظمة فتح فى باريس) .

— البعض يستعمل جزءا من الصفحة لصور متعاقبة (مشهد صور) تاركا الباقي من الصفحة لصور لا ترتبط ببعضها ، أو لمادة المتن .

ومعظم الصحف تخصص الصفحة الأخيرة أو جزءا منها للصور ، وبعضها يفضل تخصيص صفحتين متقابلتين خاصة في الجرائد والمجلات المصورة الملونة ، وأكثر صفحات الصور تظهر ملونة الآن خاصة في الصحف التي تستخدم طريقة الأوفست Offset في الطباعة كالصحف العربية في الكويت وبعض الدول العربية .

وهناك مجموعة من القواعد العامة والإرشادات التي ينبغي أن يتبعها سكرتير التحرير أو المخرج الصحفي عند اخراجه لصفحات الصور بأشكالها المتعددة :

١ — ثلاث أو أربع صور كثيرة تجعل الصفحة أكثر قبولا من ثمانية عشرة أو عشر صور صغيرة .

٢ — على سكرتير التحرير أن يدع صورة واحدة — هي أفضل المتاح لديه — تسيطر على الصفحة .

٣ — عملية الـ Cropping في الصور تهدف الى تحقيق : صور عريضة صور غير عميقة ، صور أفقية ، صور رأسية ، وفي الصفحة التي تصم مجموعة من الصور التي لا ارتباط بينها ، بعض الصور ينبغي أن تكون في أحجام معتادة (ثلاثة أو أربعة أو خمسة أعمدة) في حالة وضع صور جديدة أو إعادة وضع القديمة بشكل جديد .

٤ — التأكيد على أعلى الجانب الأيسر من الصفحة وهو الهام بالنسبة للصحف الانجليزية والأمريكية ، تكون بوضع صورة كبيرة مسيطرة (ذات تأثير) أو عنوان كبير بنط ٧٢ مثلا .

وعلى الجانب الأيمن من الصفحة في الصحف العربية حيث تبدأ العين في القراءة من اليمين الى الشمال .

٥ — في سلسلة الصور أو المشهد المتعاقب (Series or sequence) ينبغي وضع صورة كبيرة في الركن الأيمن من أسفل الصفحة ، لأنها تشكل نقطة توقف منطقية .

٦ — ينبغي أن ندع الصفحة تتنفس عن طريق استغلال البياض (الفراغ) الذي يحقق الإبراز لكل من الصور والتمتد وعند تقسيم الصفحة المكونة من ٨ أعمدة الى ٧ أعمدة نجد أن المساحة البيضاء (الفراغ) تؤكد الشكل .

٧ — لا ينبغي عزل الصور عن بعضها ، فعملية العزل تعطي بياضا أكثر من الحاجة أو تترك مساحة للمتن (كلام الصورة) .

٨ — إذا كان على المخرج الصحفي توضيب (اخراج) صفحة للصور بسرعة ، فينبغي التقاط أفضل صورة ، ورسم تخطيط لها على الماكيت (Maquette) أو الـ (Dummy) وهو المشروع التمهيدى المخطط المرسوم للصفحة) ثم إرسالها الى الحفر ، والاستمرار بعد ذلك مع الصور الأخرى ، أما كلام الصور أو التعليق المصاحب لها فيمكن كتابته وإرساله في النهاية .

٩ - عند اعداد ما كيت كامل ، ينبغي اعطاء الطابع Printer وقتا كافيا .
١٠ - التنوع فى اشكال صفحة الصور مطلوب ، ولا ينبغي جعل صور صفحة اليوم تشبه يوم النسيب الماضى مثلا .

١١ - كلام الصور او التعليق المصاحب لها ينبغي ان يقل فى اتساعه عن الصور المصاحب لها ، والتعليق او الكلام الأقل فى الاتساع (الضيق) قد يكون اسهل فى القراءة عن المتسع ، وهو ايضا وسيلة اخرى للسماح بمسافة بيضاء اكثر . وبالنسبة لصفحة الصور ينبغي ان يكون الكلام او التعليق الموجود شمال الصفحة بالقرب من الهامش بدون ترك فراغ (وهو ما يسمى على اللحم شمال فى المطابع المصرية) اما الكلام او التعليق الموجود يمين صفحة الصور فينبغى ان يوضع يمين الصفحة بالقرب من الهامش بدون ترك فراغ (وهو ما يسمى على اللحم يمين) .

١٢ - فى الصور المتعاقبة او المسلسلة ، ينبغي ان لا يعاد فى كلام صورة ما قيل فى صورة اخرى .

١٣ - اذا كانت كل الصور قد التقطت بواسطة مصور واحد ، او جاءت عن طريق وكالة انباء واحدة ، فان ذكر اسم مصدر الصور (المصور او الوكالة) الب (Credit line) مرة واحدة فى الصفحة سوف يكون كافيا . فكترة الب (Credit lines) (اسماء المصورين) فى الصفحة تجعل هذه الصفحة اشبه بالنشرة الرسمية .

١٤ - وفى صفحة المقال المصور ، ينبغي جعل كلام الصور او التعليق المصاحب لها مختصرا موجزا بقدر الامكان . فعادة تقول الصور معظم القصة ، خاصة اذا كانت العناوين تضم فكرتها .

١٥ - العناوين بشكل عام تكون اكثر تأثرا فى اليسار او اليمين من الصفحة او تحت الصور الرئيسية ، وحيانا يتم طباعة العنوان فوق الصور الرئيسية (وتسمى هذه الطريقة) بال (Overprinting) وذلك اذا كان الحرف المستعمل فى العنوان لا يؤثر على تفاصيل الصورة الهامة (46)

الخاتمة

خلاصة الدراسة ونتائجها

كشفت الدراسة الفنية الشاملة للصورة الصحفية عن مجموعة من النتائج يمكن اتجاهاها فيما يلي :

أولاً : ان الصور الفوتوغرافية قد أصبحت من المواد الأساسية في الجريدة أو المجلة ولم تعد عنصراً جمالياً فقط ، بحكم تعدد وظائفها حيث تقوم بدور إخباري ، وبوظيفة سيكولوجية ، فضلاً عن أنها عنصر جيوجرافي ولها قيمة جمالية ، ورغم ذلك يرى البعض — كجورج ديهايل — أنها تشكل خطر على العقل الإنساني حيث تحمله على الكسل .

ثانياً : ان الصور التي تنتشر في الصحافة يمكن تصنيفها من خلال أكثر من زاوية فمن حيث الشكل الفني للصور يمكن تصنيفها الى ثلاثة أنواع رئيسية هي (الصورة المفردة ، سلسلة الصور ، المشهد المتعاقب) ، ومن زاوية المضمون أو الدلالة يمكن تصنيفها الى (الصور الإخبارية ، صور الموضوعات ، صور الموضوعات الإخبارية ذات الطابع الإنساني ، صور شخصية ، وصور جمالية وتعبيرية) ..

ثالثاً : تحصل الصحف على الصور الفوتوغرافية من مصادر عديدة داخلية وخارجية هي مصوري الصحيفة نفسها ، وكالات الصور ، الجرائد والمجلات ، المصورون المحترفون ، المصورون الهواة ، الجمهور ، مكاتب العلاقات العامة وإدارتها ، وأرشفة الصحيفة .

رابعاً : يمر إنتاج الصورة الصحفية بالمراحل التالية : التكليف بمهمة ، عملية التصوير ، التحضير والطبع ، تقويم الصور واختيار الصالح للنشر ، تحرير الصورة ، إخراجها ، ثم طباعتها .

خامساً : ان هناك جسد مستمر حول من يقوم بعملية التصوير هل هو المحرر ، أم مصور متخصص متفرغ ، وكل فريق يقدم حججه وأسانيده .

سادساً : ان الألوان قد زاد استخدامها في الصحافة بشكل عام ، وفي تكوين الصور بخاصة ، وذلك استفادة من أهمية اللون ووظائفه العديدة ، وللتطورات التكنولوجية الراهنة في التصوير والطباعة ، فاللون يجنب الانتباه ، ويؤثر سيكولوجياً ، ويطور ارتباطات بأشياء معينة كما انه يخلق حالة من التذكر ويخلق جسواً مواتية .

سابعاً : ان تحرير الصورة أو كتابة الكلام أو التعليق أو الشرح المصاحب للصورة يستطيع ان يساهم بشكل كبير في زيادة تقبل القارئ للصحافة وفي استيعاب شكلها وفهم مضمونها ، من خلال التفسير والشرح والتوسع والإشارة الى الشيء ذي المغزى ، وهناك قواعد وأساليب معينة ينبغي اتباعها عند تحرير الصورة ، خاصة فيما يتعلق بتعريف الأشخاص داخل الصورة .

**ثالثا : ان اخراج الصورة يعنى بتحديد الشكل الفنى الذى تظهر به الصورة
الصحفية ، من حيث الموقع ، واسلوب العرض ، والمساحة ، ويبر اخراج الصورة
الصحفية بمعدة مراحل : تبدأ باختيار الصورة الصالحة للنشر ، وتحديد
موقعها فى الصفحة ، ثم تحديد حجم الصورة وشكلها .**

**رابعا : ان الصحف تختلف فى اساليب معالجتها للصور الفوتوغرافية وتوظيفها
لها ، واختلاف السياسة التحريرية ، والأسلوب الاخبارى ، وتفاوت الامكانيات
الفنية والمادية ، وكفاءة الجهاز التحريرى والاخراجى ..**

مصادر الدراسة ومراجعها

اولا : بحوث وداسات عربية غير منشورة

١ - أحمد حسين المصري ، عن الاخراج الصحفى ،
محاضرات القيت على طلبة السنة الرابعة كلية الاعلام ، القاهرة ، كلية
الاعلام ١٩٧٦ .

٢ - اسماعيل شوقي ، محاضرات عملية فى الطباعة ،
محاضرات استنسل ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٤ .
٣ - اشرف صالح ، محمود علم الدين ، الخبر ومصادره ،
محاضرات استنسل ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٦ .
٤ - فاروق أبو زيد ، مذكرات فى المدخل الصحفى والمعمل الصحفى ،
محاضرات استنسل ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٨ .
٥ - سعيد اسماعيل ، الاخراج الصحفى ،
محاضرات استنسل ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٣ .
٦ - سمير سعد الدين ، محمود علم الدين ، الاسس الفنية للتصوير

الفوتوغرافى وتطبيقاته فى مجال الصحافة ،

محاضرات استنسل ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٧ .
٧ - فتحى احمد شهاب ، التقدم الفنى والتكنولوجى الحديث للطباعة

وامكانية استخدامه فى الصحافة العربية .

رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة ، كلية الفنون التطبيقية ، ١٩٧٥ .

٨ - محمد المصرى ، انتاج المواد الاعلامية ،

محاضرات استنسل ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٧ .

٩ - محمود حسين احمد ، فن التحقيق الصحفى المصور فى صحيفة

الاهرام ،

رسالة دكتوراة غير منشورة ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٧ .

١٠ - محمود علم الدين ، اشرف صالح ، العمل الصحفى ،

محاضرات استنسل ، القاهرة ، كلية الاعلام ، ١٩٧٦ .

ثانيا : بحوث وكتب عربية ومعربة :

١١ - ابراهيم امام ، دراسات فى الفن الصحفى ،

القاهرة : ، مكتبة الانجلو ، ١٩٧٢ .

١٢ - ابراهيم امام ، العلاقات العامة والمجتمع ، طبعة ثانية ،

القاهرة ، مكتبة الانجلو : ١٩٦٨ .

١٣ - ابراهيم امام ، فن الاخراج الصحفى ،

القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٥٧ .

١٤ - ابراهيم عبده ، جريدة الاهرام : تاريخ مصر فى خمسين سنة ،

القاهرة : دار الاهرام ، ١٩٥١ .

١٥ - اجلال خليفة ، الصحافة ،

القاهرة ، بدون ناشر ، ١٩٧٦ .

١٦ - احمد حسين الصاوى ، طباعة الصحف واخراجها ،

القاهرة : الدار القومية للطباعة والنشر ، ١٩٦٥ .

١٧ - توماس بيرى ، الصحافة اليوم ، ترجمة مروان الجابرى ،

بيروت : مطابع النهضة ، ١٩٦٢ .

١٨ - جلال الدين الحمامسى ، الصحيفة المثالية ،

القاهرة : دار المعارف ، ١٩٧٢ .

١٩ - جلال الدين الحمامسى ، من الخبر الى الموضوع الصحفى ،

القاهرة : دار المعارف ، ١٩٦٤ .

٢٠ - جميل احمد توفيق ، مذكرات فى العلاقات العامة ،

القاهرة : مؤسسة المطبوعات الحديثة ، ١٩٦٠ .

٢١ - جورج ديهاميل ، دفاع عن الأدب ، ترجمة وتعليق محمد مندور ،

سلسلة من الشرق والغرب ، القاهرة : المدار القومية للطباعة والنشر ،
بدون تاريخ ،

١٢ - حافظ محمود ، أسرار صحفية ،

القاهرة : دار الشعب ، ١٩٧٥ .

١٣ - حسن خير الدين ، العلاقات العامة : المبادئ والتطبيق ،

القاهرة : مكتبة عين شمس ، ١٩٧٦ .

١٤ - حسين محمد على ، العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية ،

القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٦٩ .

١٥ - خليل صابات ، الاعلان : تاريخه ، اسسه ، قواعده ، فنونه ،

اخلاقياته ،

القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٦٩ .

١٦ - خليل صابات ، الصحافة : رسالة ، استعداد ، فن ، علم ، الطبعة

الثالثة ،

القاهرة : دار المعارف ، ١٩٦٨ .

١٧ - زيدان مبد الباقي ، وسائل واساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية

والتربوية والإدارية والإعلامية ،

القاهرة : بدون ناشر ، ١٩٧٤ .

١٨ - سمير صبحي ، صحيفة تحت الطبع ،

القاهرة : دار المعارف ، ١٩٧٤ .

١٩ - سمير محمد حسين ، فن الاعلان ،

القاهرة : بدون ناشر ، ١٩٧٧ .

٢٠ - سمير محمد حسين ، ادارة العلاقات العامة في مصر : دراسة

ميدانية ،

القاهرة : بدون ناشر ، ١٩٧٣ .

٢١ - سمير محمد حسين ، مداخل الاعلان ، طبعة اولى ،

القاهرة : بدون ناشر ، ١٩٧٣ .

٢٢ - طلعت الزهيري ، الاعلان بين العلم والتطبيق ،

القاهرة : دار المعارف ، ١٩٧٥ .

٢٣ - عبد العزيز القنام ، مدخل الى علم الصحافة : الجزء الاول الصحافة

اليومية ، الطبعة الثانية ،

القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٧٧ .

- ٣٤ - عبد الفناح رياض ، التصوير الملون ، الطبعة الاولى ،
القاهرة ، مكتبة الانجلو ، ١٩٦٥
- ٣٥ - عبد اللطيف حنزة ، المدخل فى فن التحرير الصحفى ، الطبعة
الرابعة ،
القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٧٠ .
- ٣٦ - على السلى ، الاعلان ، الطبعة الثانية ،
القاهرة : دار المعارف ، ١٩٧١ .
- ٣٧ - على عجوة ، الأسس العلمية للعلاقات العامة ، طبعة ثانية ،
القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٧٨ .
- ٣٨ - فتح الباب عبد الحليم سيد ، ابراهيم ميخائيل حفظ الله ، وسائل
التعليم والاعلام ، الطبعة الثانية ،
القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٧٦ .
- ٣٩ - محمد غريب البغدادي ، العلاقات العامة ووسائل الاتصال بالجمهور
القاهرة : بدون ناشر ، ١٩٧٠ .
- ٤٠ - محمد محمود شلبى ، ابراهيم امام ، فن التصوير الصوتى وتطبيقاته
فى الصحافة ،
القاهرة : دار النهضة العربية ، ١٩٦٠ .
- ٤١ - محمود الجوهري ، العلاقات العامة بين الادارة والاعلام ،
القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٦٠ .
- ٤٢ - هـ . توفيق بحرى ، صحافة الغد ، سلسلة دراسات صحفية ،
القاهرة : دار المعارف ، ١٩٦٨ .
- ٤٣ - وليام ريفر ، تيودور بيترسون ، جاى . و . جنسن ، وسائل
الاعلام والمجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم امام ،
القاهرة : دار المعرفة ، ١٩٧٥ .
- ثالثا : بحوث ومقالات منشورة بدوريات عربية .
- ٤٤ - احمد يوسف ، تحرك ولا تقف كيف تطورت الصور الصحفية ؟
جريدة اخبار اليوم ، العدد ١٠٠٠ ، القاهرة ، يناير ١٩٦٥ .
- ٤٥ - محمد على ناصف ، الاقناع بالصورة اقوى وسائل الاعلام ، مجلة
السينما والمسرح ، القاهرة ، فبراير ١٩٧٨ .

46. Baskette K., Floyed and Sissors z., Jack, *The art of editing*, New York : Macmillan Company, 1972.
47. Bradely, Duan *The Newspaper : its role in democracy*, Indiana : Stely publisher's Company Ltd, 1965.
48. Crump, Spencer, *Fundamentals of Journalism*, New York :Mc. G — raw Hill book, 1974.
49. Cutlip and senter, *Effective public Relations, Fourth edition*, New York : Prentice Hall, Inc., 1971.
50. Darrow, Richard W., Forrestal I., *Public Relations Hand book*, first edition, Chicago : Paintinell Corporation, 1968.
51. Dawell, Malichson and Wason Jobow, *Advertising : how to write the Kind that works*, New York ; 1977.
52. Emery, Edwin. and Others. *Introduction to mass communication*. Fourth edition, New York : Dodd, Mead company, 1975.
53. Feinger, Andreas., *The complete Photographer*, New York : Prentice Hall, 1965.
54. Helmut and Alison Grenshim., *History of Photography*, London : Oxford university press, 1970.
55. Hicks, Wilson., *Words and Pictures*, New York : Harper, 1952.
56. Lendt, Daniel. and Others (ed), *Publicity Process*, Second edition, Jowa University, 1975.
57. Littlifield, James E. and Kirk Patrick C., *Advertising : mass communication in marketing*, Indian Print : Houghton Mifflin company, 1970.
58. Loosely, A.C., *The Business of Photo-Journalism*, London : Focal Press, 1970.
59. Mann, Charles., *Editing for Industry : the production of house Journals*, London : British Association of Industrial editors, Wiliam Heinman Ltd, 1974.
60. Mott, Gorge Fox (ed), *New Survey of Journalism*, second edition, New York : Nobel Inc., 1966.
61. Newsman and Scott. *This is p. R. : the realities of Public relations*, California : wasworth publishing company, Inc., 1970.
62. Robert B., Phode and Floved H., Mc. Call, *Press Photography*, New York : Macmillan Company, 1961.

63. Robert B. Phoebe and Floyd H. Mc. Call, *Introduction to photography*, New York Macmillan company, 1971.
64. Rodney Fox and Robert. Kerns, *Creative News Photography*, Ames Iowa State University, 1961.
65. Rothstein, Arnold., *Photojournalism : Pictures for magazine and newspapers*, New York : Ampico, 1965.
66. Roy, Pinvey., *Advertising Photography*, New York : Hastings House, 1962.
67. R. Smith Schumeman., *Photographic Communication : Principles, Problems and challenges of Photojournalism*, New York : Hastings House, 1972.
68. The Thompson Foundation, *The News Machine : a guide to advanced techniques in Journalism, Second Edition*, Cardiff, 1972.
69. Turnhull, Arthur T., and Baird, Russel N., *The Graphics of Communication : Typography, layout, design*, Third Edition, Winston, Halt Reinhart, 1975.
70. Wainwright. David., *Journalism*, London : Oxford University Press. 1972.
71. Whitney, Fredrick C., *Mass Media and Mass Communcation in Society, Iowa* : wmc. Brown company Publishers, 1975.
72. Welsely, Ronald E., *Understanding Magazine*, Second edition, Iowa State University Press, 1969.
73. Wright, John. S. and Others, *Advertising*, Fourth edition, New York : Mc. Graw Hill, 1977.



٦٠ شارع القصر العيني
أمام روضة يوسف - القاهرة
ت : ٣٥٤٧٥٦٦ - ٣٥٥٤٥٢٩

الغربية
٧,٠٠٠